



ข้อเสนอแนะมาตรฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ  
และการสื่อสารที่จำเป็นต่อธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ETDA Recommendation on ICT Standard  
for Electronic Transactions

ชมธอ. 32-2565

ว่าด้วยการรวบรวม กลั่นกรอง และเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภค  
บนช่องทางออนไลน์

COLLECTION, MODERATION AND PUBLICATION OF ONLINE  
CUSTOMER REVIEWS

เวอร์ชัน 1.0

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์  
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

ICS 03.080.30

ข้อเสนอแนะมาตรฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร  
ที่จำเป็นต่อธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์  
ว่าด้วยการรวบรวม กลั่นกรอง และเผยแพร่  
รีวิวของผู้บริโภคบนช่องทางออนไลน์

ชมธอ. 32-2565

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

อาคารเดอะ ไนน์ ทาวเวอร์ แกรนด์ พระรามเก้า (อาคารบี) ชั้น 20-22  
เลขที่ 33/4 ถนนพระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310  
หมายเลขโทรศัพท์: 0 2123 1234 หมายเลขโทรสาร: 0 2123 1200

ประกาศโดย

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์  
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

วันที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2565

คณะกรรมการจัดทำร่างข้อเสนอแนะมาตรฐานเกี่ยวกับธุรกิจบริการ  
ด้านการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ที่ปรึกษาคณะกรรมการ

นายชัยชนะ มิตรพันธ์

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ประธานคณะกรรมการ

นายศุภโชค จันทระประทีน

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ผู้ทำงาน

นางสาวสำรวย นุ่มศรี

กรมศุลกากร

นายกำชัย จิตตานนท์

นายนิรันดร์ ประจวบเหมาะ

กรมสรรพากร

นางสุภิดา บรรเทาทุกข์

นายคงฤทธิ จันทริก

สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย

นายภาวุธ พงษ์วิทยภานุ

สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย

นายธานินทร์ ตันกิติบุตร

สมาคมผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตไทย

นายวรพจน์ ธาราศิริสกุล

สมาคมฟินเทคประเทศไทย

นายปกรณ์ ลีสกุล

สมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย

นางสาวชนิษฐ์ ผาทอง

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

นายพงษ์พันธ์ ศรีปาน

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ผู้ทำงานและเลขานุการ

นายณัฐพัฒน์ โจรนศุภมิตร

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ผู้ช่วยเลขานุการ

นายวีรศักดิ์ ดีอ่ำ

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

วิเคราะห์และจัดทำข้อเสนอแนะมาตรฐานฯ  
ว่าด้วยการรวบรวม กลั่นกรอง และเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภคบนช่องทางออนไลน์

นางสาวปาจรีย์ เพ็ญยุระ

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

นายณัฐพัฒน์ โรจนสุขุมิตร

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

นางสาวศุภจิตรา เลหาวัฒนภิญโญ

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

นายจักรพันธ์ ผิวงาม

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ข้อเสนอแนะมาตรฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่จำเป็นต่อธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ว่าด้วยการรวบรวม กลั่นกรอง และเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภคบนช่องทางออนไลน์ฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่ออธิบายหลักการและข้อกำหนดสำหรับหน่วยงานที่จัดการช่องทางออนไลน์ที่เผยแพร่รีวิวของผู้บริโภค (consumer review) เพื่อให้หน่วยงานดังกล่าวมีแนวปฏิบัติที่ดีในการรวบรวม กลั่นกรอง และเผยแพร่รีวิบบนช่องทางออนไลน์

โดยมีการนำเสนอและรับฟังความคิดเห็นเป็นการทั่วไป ตลอดจนพิจารณาข้อมูล ข้อเสนอแนะ ข้อสังเกต ข้อคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิและจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อปรับปรุงให้ข้อเสนอแนะมาตรฐานฉบับนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนยิ่งขึ้น รวมทั้งให้สามารถนำไปปรับใช้ในทางปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะมาตรฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่จำเป็นต่อธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ว่าด้วยการรวบรวม กลั่นกรอง และเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภคบนช่องทางออนไลน์ฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

อาคารเดอะ ไนน์ ทาวเวอร์ แกรนด์ พระรามเก้า (อาคารบี) ชั้น 20-22 เลขที่ 33/4 ถนนพระราม 9

แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310

โทรศัพท์: 0 2123 1234 โทรสาร: 0 2123 1200

อีเมล: [estandard.center@etda.or.th](mailto:estandard.center@etda.or.th)

เว็บไซต์: [www.etda.or.th](http://www.etda.or.th)

## คำนำ

ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบันที่เข้ามาอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภค ผู้ประกอบการจำนวนมากจึงมีการเสนอสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์ โดยเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคเขียนรีวิวเกี่ยวกับประสบการณ์ของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการ และเผยแพร่รีวิวต่อสาธารณะบนช่องทางออนไลน์ ทั้งนี้ รีวิวของผู้บริโภค (consumer review) ถือเป็นข้อมูลที่จำเป็นต่อผู้บริโภคซึ่งนำมาใช้พิจารณาในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ทั้งในด้านการใช้งาน ราคา คุณภาพ และความคุ้มค่า รวมถึงเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการซึ่งสามารถนำมาใช้ปรับปรุงคุณภาพของสินค้าหรือบริการให้ตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

ด้วยเหตุนี้ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์จึงได้จัดทำข้อเสนอแนะมาตรฐานฯ ว่าด้วยการรวบรวม กลั่นกรอง และเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภคบนช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ผู้จัดการรีวิว (review administrator) มีแนวปฏิบัติที่ดีในการรวบรวม กลั่นกรอง และเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภค (consumer review) บนช่องทางออนไลน์ ทั้งนี้ ผู้จัดการรีวิวอาจเป็นผู้ประกอบการที่จัดการรีวิวจากลูกค้าของตนเอง หรือบุคคลที่สามที่จัดการรีวิว (เช่น เว็บไซต์บอร์ดที่เปิดให้ผู้บริโภคเขียนรีวิวต่อสินค้าหรือบริการ แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค)

รีวิวของผู้บริโภคที่มีความโปร่งใสและมีความเป็นกลางจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคที่จะเขียนรีวิวต่อสินค้าหรือบริการ เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคที่จะอ่านรีวิวของผู้บริโภครายอื่นเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ ปกป้องผู้ประกอบการจากการแสวงหาประโยชน์และความเสียหายที่เกิดจากการปลอมแปลงรีวิว และสนับสนุนผู้ประกอบการในการพิจารณาปรับปรุงคุณภาพของสินค้าหรือบริการตามรีวิว โดยผู้จัดการรีวิวควรมีกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการรีวิวเป็นไปตามหลักปฏิบัติ ดังนี้

- ความสมบูรณ์ (integrity): เพื่อให้มั่นใจว่ารีวิวมาจากผู้บริโภคตัวจริงซึ่งได้เขียนรีวิว
- ความถูกต้อง (accuracy): เพื่อให้มั่นใจว่ารีวิวที่ผ่านกระบวนการรวบรวม กลั่นกรอง และเผยแพร่มีความถูกต้องและเป็นความจริงเท่าที่เป็นไปได้
- ความเป็นส่วนตัว (privacy): เพื่อให้มั่นใจว่ามีการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เขียนรีวิว
- ความมั่นคงปลอดภัย (security): เพื่อให้มั่นใจว่าระบบมีมาตรการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคลจากภัยคุกคามภายในและภายนอก
- ความโปร่งใส (transparency): เพื่อให้มั่นใจว่าหน่วยงานมีแนวปฏิบัติในการเปิดเผยข้อมูลที่จำเป็นต่อผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับรีวิวอย่างโปร่งใส
- การเข้าถึงได้ (accessibility): เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลที่แสดงผลบนช่องทางออนไลน์ง่ายต่อการค้นหา และนำเสนอในรูปแบบที่ผู้บริโภคและผู้ประกอบการสามารถอ่านและเข้าใจได้ง่าย
- การตอบสนอง (responsiveness): เพื่อให้มั่นใจว่าการตอบสนองและการดำเนินการต่อการติดต่อสื่อสารจากผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับรีวิว เป็นไปตามความเหมาะสมโดยไม่ชักช้า

## สารบัญ

หน้า

1. ขอบข่าย	1
2. บทนิยาม	1
3. หลักการเกี่ยวกับรีวิวกของผู้บริโภค	2
3.1 ความสำคัญของการจัดการรีวิว	2
3.2 ข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน	2
3.3 การติดต่อสื่อสารกับผู้ประกอบการ (กรณีที่ผู้จัดการรีวิวเป็นบุคคลที่สามที่จัดการรีวิว)	3
4. ข้อกำหนดของการรวบรวมรีวิวของผู้บริโภค	3
4.1 ความรับผิดชอบของผู้เขียนรีวิว	3
4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เขียนรีวิว	3
4.3 การตรวจสอบอัตลักษณ์ของผู้เขียนรีวิว	4
4.4 องค์ประกอบของรีวิว	4
4.5 การตรวจสอบประสบการณ์ของผู้บริโภค	4
4.6 รีวิวที่มีการให้สิ่งตอบแทน	4
5. ข้อกำหนดของการกลั่นกรองรีวิวของผู้บริโภค	5
5.1 เงื่อนไขของการกลั่นกรองรีวิวของผู้บริโภค	5
5.2 การกลั่นกรองแบบอัตโนมัติ (automated moderation)	5
5.3 การกลั่นกรองแบบใช้เจ้าหน้าที่ (manual moderation)	5
5.4 การปฏิเสธรีวิวของผู้บริโภค (ก่อนการเผยแพร่รีวิว)	6
5.5 การลบรีวิวของผู้บริโภค (หลังการเผยแพร่รีวิว)	6
5.6 การประเมินและปรับปรุงกระบวนการกลั่นกรองรีวิว	6
6. ข้อกำหนดของการเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภค	7
6.1 ความถูกต้องของรีวิว	7
6.2 การแสดงผลเริ่มต้นของรีวิว	7
6.3 การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เขียนรีวิว	7
6.4 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมต่อสินค้าหรือบริการ	7
6.5 ระยะเวลาของการเผยแพร่รีวิว	8
6.6 การแจ้งรายงานรีวิวที่ไม่เหมาะสม	8
6.7 สิทธิในการตอบกลับรีวิวโดยผู้ประกอบการ	9
6.8 การเก็บรักษาข้อมูลหลังจากการลบรีวิวของผู้บริโภค	9
6.9 การเผยแพร่รีวิวที่มาจากช่องทางออนไลน์อื่น	9
ภาคผนวก ก. คำแนะนำเพิ่มเติมสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับรีวิวของผู้บริโภค	10
ก.1 คำแนะนำสำหรับผู้ประกอบการ	10
ก.2 คำแนะนำสำหรับผู้บริโภค	10
ก.3 คำแนะนำในกรณีที่มีความขัดแย้งระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบการ	10
บรรณานุกรม	12



ประกาศสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์  
เรื่อง ข้อเสนอแนะมาตรฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่จำเป็นต่อธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์  
ว่าด้วยการรวบรวม กลั่นกรอง และเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภคบนช่องทางออนไลน์

โดยที่เป็นการสมควรอธิบายหลักการและข้อกำหนดสำหรับผู้จัดการรีวิว (review administrator) ซึ่งเป็นหน่วยงานหรือบุคคลที่รับผิดชอบในการจัดการเนื้อหา รีวิวของผู้บริโภค เพื่อให้มีแนวปฏิบัติที่ดีในการรวบรวม กลั่นกรอง และเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภค (consumer review) บนช่องทางออนไลน์ ทั้งนี้ รีวิวของผู้บริโภคที่มีความโปร่งใสและมีความเป็นกลางจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคที่จะเขียนรีวิวต่อสินค้าหรือบริการ เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคที่จะอ่านรีวิวของผู้บริโภครายอื่นเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ ปกป้องผู้ประกอบการจากการแสวงหาประโยชน์และความเสียหายที่เกิดจากการปลอมแปลงรีวิว และสนับสนุนผู้ประกอบการในการพิจารณาปรับปรุงคุณภาพของสินค้าหรือบริการตามรีวิว

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๕ แห่งพระราชบัญญัติสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. ๒๕๖๒ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ จึงประกาศข้อเสนอแนะมาตรฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่จำเป็นต่อธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ว่าด้วยการรวบรวม กลั่นกรอง และเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภคบนช่องทางออนไลน์ เลขที่ ขมธอ. ๓๒-๒๕๖๕ ปราบกฏตามท้ายประกาศฉบับนี้

ประกาศ ณ วันที่ ๒๗ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๕

วิษณุ มิตรพันธ์

(นายชัยชนะ มิตรพันธ์)

ผู้อำนวยการ

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์



# ข้อเสนอแนะมาตรฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่จำเป็นต่อธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

## ว่าด้วยการรวบรวม กลั่นกรอง และเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภค บนช่องทางออนไลน์

### 1. ขอบข่าย

ข้อเสนอแนะมาตรฐานฉบับนี้อธิบายหลักการและข้อกำหนดสำหรับผู้จัดการรีวิว (review administrator) ซึ่งเป็นหน่วยงานหรือบุคคลที่รับผิดชอบในการจัดการเนื้อหารีวิวของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้จัดการรีวิวมีแนวปฏิบัติที่ดีในการรวบรวม กลั่นกรอง และเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภค (consumer review) บนช่องทางออนไลน์ ทั้งนี้ รีวิวของผู้บริโภคที่มีความโปร่งใสและมีความเป็นกลางจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคที่จะเขียนรีวิวต่อสินค้าหรือบริการ เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคที่จะอ่านรีวิวของผู้บริโภครายอื่นเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ ปกป้องผู้ประกอบการจากการแสวงหาประโยชน์และความเสียหายที่เกิดจากการปลอมแปลงรีวิว และสนับสนุนผู้ประกอบการในการพิจารณาปรับปรุงคุณภาพของสินค้าหรือบริการตามรีวิว

ข้อเสนอแนะมาตรฐานฉบับนี้สามารถใช้ได้กับผู้จัดการรีวิว ซึ่งอาจเป็นผู้ประกอบการที่จัดการรีวิวจากลูกค้าของตนเอง หรือบุคคลที่สามที่จัดการรีวิว (เช่น เว็บไซต์ที่เปิดให้ผู้บริโภคเขียนรีวิวต่อสินค้าหรือบริการ แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค) ทั้งนี้ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการรีวิว ซึ่งประกอบด้วยการรวบรวม การกลั่นกรอง และการเผยแพร่ อาจดำเนินการโดยหน่วยงานที่แตกต่างกันก็ได้

ข้อเสนอแนะมาตรฐานฉบับนี้มีรูปแบบของคำที่ใช้แสดงออกถึงคุณลักษณะของเนื้อหาเชิงบรรทัดฐาน (normative) และเนื้อหาเชิงให้ข้อมูล (informative) ดังต่อไปนี้

- “ต้อง” (shall) ใช้ระบุสิ่งที่เป็นข้อกำหนด (requirement)
- “ควร” (should) ใช้ระบุสิ่งที่เป็นข้อแนะนำ (recommendation)
- “อาจ” (may) ใช้ระบุสิ่งที่ยินยอมหรืออนุญาตให้ทำได้ (permission)

### 2. บทนิยาม

ความหมายของคำที่ใช้ในข้อเสนอแนะมาตรฐานฉบับนี้ มีดังต่อไปนี้

- 2.1 รีวิวของผู้บริโภค (consumer review) หรือรีวิว (review) หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการที่ได้รับจากผู้ประกอบการ ซึ่งเผยแพร่ต่อสาธารณะโดยผู้บริโภค (ถือว่าผู้บริโภคเป็นผู้เขียนรีวิว)
- 2.2 ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลทั่วไปที่เป็นผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบการ และหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบการโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม
- 2.3 ผู้เขียนรีวิว (review author) หมายถึง ผู้บริโภคที่เขียนรีวิวเพื่อเผยแพร่บนช่องทางออนไลน์

- 2.4 ผู้ประกอบการ หมายถึง หน่วยงานหรือบุคคลที่เสนอสินค้าหรือบริการที่เปิดให้ผู้บริโภคเขียนรีวิวบนช่องทางออนไลน์
- 2.5 ผู้จัดการรีวิว (review administrator) หมายถึง หน่วยงานหรือบุคคลที่รับผิดชอบในการจัดการเนื้อหารีวิวของผู้บริโภค ทั้งนี้ ผู้จัดการรีวิวอาจเป็นผู้ประกอบการที่จัดการรีวิวจากลูกค้าของตนเอง หรือบุคคลที่สามที่ทำสัญญากับผู้ประกอบการ (contracted third party) หรือบุคคลที่สามที่เป็นอิสระจากผู้ประกอบการ (independent third party)
- หมายเหตุ: ตัวอย่างของบุคคลที่สาม เช่น เว็บไซต์ที่เปิดให้ผู้บริโภคเขียนรีวิวต่อสินค้าหรือบริการ แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค

### 3. หลักการเกี่ยวกับรีวิวของผู้บริโภค

#### 3.1 ความสำคัญของการจัดการรีวิว

ตัวอย่างของปัญหาเกี่ยวกับรีวิวของผู้บริโภคซึ่งอาจเกิดขึ้นโดยเจตนาหรือไม่เจตนา แต่สามารถส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของการจัดการรีวิว เช่น

- การปลอมแปลงรีวิวเชิงบวก (false positive reviews) ที่เขียนโดยผู้ประกอบการเอง โดยมีเจตนาที่จะหลอกลวงผู้บริโภคให้ซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากผู้ประกอบการเอง
- การปลอมแปลงรีวิวเชิงลบ (false negative reviews) ที่เขียนโดยคู่แข่งทางธุรกิจของผู้ประกอบการ โดยมีเจตนาที่จะหลอกลวงผู้บริโภคไม่ให้ซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากผู้ประกอบการ
- การข่มขู่ผู้ประกอบการด้วยการเขียนรีวิวเชิงลบเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์บางอย่างจากผู้ประกอบการ
- การเลือกเผยแพร่รีวิวเชิงบวก หรือการเลือกลบรีวิวเชิงลบ
- การให้สิ่งตอบแทนแก่ผู้บริโภคที่เขียนรีวิวเชิงบวก หรือการให้โทษแก่ผู้บริโภคที่เขียนรีวิวเชิงลบ
- การจงใจเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภคอย่างล่าช้าโดยไม่จำเป็น

ด้วยเหตุนี้ การจัดการรีวิวอย่างมีประสิทธิภาพจะทำให้ผู้บริโภคและผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในคุณภาพ ความสมบูรณ์ ความถูกต้อง และความโปร่งใสของรีวิวที่เผยแพร่บนช่องทางออนไลน์

#### 3.2 ข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน

ผู้จัดการรีวิวต้องจัดทำข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน (terms and conditions) ซึ่งระบุเกณฑ์ (criteria) ที่ต้องปฏิบัติตามสำหรับผู้ที่ต้องการส่งรีวิวบนช่องทางออนไลน์ โดยข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งานจะต้องเข้าถึงได้ง่ายโดยผู้เขียนรีวิวและผู้ประกอบการ (เช่น หน้าเว็บไซต์ในส่วนที่ผู้ใช้งานไม่ต้องลงทะเบียนหรือเข้าสู่ระบบ) และให้ผู้เขียนรีวิวยอมรับข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งานก่อนส่งรีวิว ทั้งนี้ การไม่ปฏิบัติตามข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งานนี้อาจนำไปสู่การปฏิเสธหรือลบรีวิว

ข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งานต้องประกอบด้วยเกณฑ์ ดังนี้

- เนื้อหาของรีวิวอธิบายถึงประสบการณ์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการ
- เนื้อหาของรีวิวถูกต้องตามความเป็นจริงเท่าที่ผู้เขียนรีวิวรู้
- เนื้อหาของรีวิวไม่ใช่ภาษาที่หมิ่นประมาทและคำหยาบคาย

นอกจากนี้ ข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งานควรประกอบด้วยเกณฑ์ ดังนี้

- เนื้อหาของรีวิวน่าสามารถอ่านเข้าใจได้ เช่น ไม่ใช่ประโยคที่ไม่มีความหมาย
- เนื้อหาของรีวิวน่าไม่มีข้อมูลส่วนบุคคลที่จะทำให้บุคคลทั่วไปสามารถระบุหรือติดต่อบุคคล (เช่น หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล หรือที่อยู่จริงที่ชัดเจน)
- เนื้อหาของรีวิวน่าไม่มีข้อมูลทางการเงินที่อาจนำไปสู่การโจรกรรมข้อมูลส่วนบุคคล (เช่น หมายเลขบัตรเครดิต หรือหมายเลขบัญชีธนาคาร)
- เนื้อหาของรีวิวน่าไม่มีข้อมูลกิจกรรมทางการตลาด (เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย)
- เนื้อหาของรีวิวน่ามีการเปิดเผยความขัดแย้งกันระหว่างผลประโยชน์ส่วนตนและผลประโยชน์ส่วนรวม (conflict of interests) อย่างชัดเจน (เช่น การแสดงเครื่องหมายกำกับรีวิวที่มีการให้สิ่งตอบแทนอย่างชัดเจน)

ผู้จัดการรีวิวอาจมีการกำหนดเกณฑ์เพิ่มเติมจากรายการข้างต้น อย่างไรก็ตาม ผู้จัดการรีวิวไม่ควรกำหนดเกณฑ์ใด ๆ ที่อาจทำให้เกิดอคติในการประเมินสินค้าหรือบริการได้

### 3.3 การติดต่อสื่อสารกับผู้ประกอบการ (กรณีที่ผู้จัดการรีวิวเป็นบุคคลที่สามที่จัดการรีวิว)

ผู้จัดการรีวิวต้องจัดให้มีช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อใช้ส่งรีวิวของผู้บริโภคจากผู้เขียนรีวิวให้แก่ผู้ประกอบการ และต้องจัดให้มีช่องทางการติดต่อที่ชัดเจนของผู้จัดการรีวิว (เช่น หมายเลขโทรศัพท์ หรืออีเมล) เพื่อให้ผู้ประกอบการใช้ติดต่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับรีวิวของผู้บริโภค

นอกจากนี้ ผู้จัดการรีวิวควรติดต่อผู้ประกอบการเพื่อแจ้งเตือนปัญหาด้านความปลอดภัยหรือความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นของสินค้าหรือบริการ ที่เขียนเน้นไว้ในรีวิวของผู้บริโภค และควรเปิดให้ผู้ประกอบการลงทะเบียนโปรไฟล์ธุรกิจ (business profile) บนช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถรับการแจ้งเตือนเมื่อมีการเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภคอันใหม่

## 4. ข้อกำหนดของการรวบรวมรีวิวของผู้บริโภค

การรวบรวมรีวิวของผู้บริโภคต้องใช้กระบวนการที่เป็นกลางและพิสูจน์ได้เพื่อช่วยลดอคติในการรวบรวมรีวิว โดยข้อกำหนดของการรวบรวมรีวิวของผู้บริโภคมีรายละเอียดดังนี้

### 4.1 ความรับผิดชอบของผู้เขียนรีวิว

ในหน้าลงทะเบียนหรือก่อนจะส่งรีวิว ผู้จัดการรีวิวต้องให้ผู้เขียนรีวิวอ่านและยอมรับข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน (หัวข้อ 3.2) และให้ผู้เขียนรีวิวระบุหมายเลขโทรศัพท์หรืออีเมลเพื่อให้ผู้จัดการรีวิวสามารถติดต่อได้ ทั้งนี้ ผู้เขียนรีวิวที่ไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดดังกล่าวจะไม่ได้รับอนุญาตให้ส่งรีวิว

### 4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เขียนรีวิว

ผู้จัดการรีวิวต้องเปิดให้ผู้เขียนรีวิวสร้างโปรไฟล์ (profile) หรือนามแฝงที่จะแสดงต่อสาธารณะบนช่องทางออนไลน์ โดยผู้จัดการรีวิวอาจรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เขียนรีวิว หรือผู้เขียนรีวิวอาจเลือกที่จะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลบนช่องทางออนไลน์ก็ได้ ทั้งนี้ ผู้จัดการรีวิวต้องทำให้มั่นใจว่า

- (1) มีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลอย่างมั่นคงปลอดภัยเพื่อป้องกันการเข้าถึงโดยไม่ได้รับอนุญาต

- (2) มีการตั้งค่าความมั่นคงปลอดภัยเพื่อป้องกันข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค
- (3) มีการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อวัตถุประสงค์ในการกลั่นกรองรีวิวของผู้บริโภคเท่านั้น
- (4) ไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลแก่ผู้อื่น หากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลไม่ได้ให้ความยินยอมไว้ก่อน

#### 4.3 การตรวจสอบอัตลักษณ์ของผู้เขียนรีวิว

ผู้จัดการรีวิวต้องมีกระบวนการตรวจสอบว่าผู้เขียนรีวิวเป็นบุคคลที่มีอยู่จริงและช่องทางการติดต่อของผู้เขียนรีวิวใช้ติดต่อได้จริง ทั้งนี้ กระบวนการตรวจสอบดังกล่าวอาจดำเนินการกับผู้เขียนรีวิวที่มาจากการสุ่มตัวอย่าง หรือกับผู้เขียนรีวิวที่สงสัยว่าไม่เป็นไปตามข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน ก็ได้

การตรวจสอบอัตลักษณ์ของผู้เขียนรีวิวสามารถใช้วิธีการตามตัวอย่างดังนี้ โดยผู้จัดการรีวิวอาจใช้วิธีการมากกว่าหนึ่งวิธีการก็ได้

- (1) การตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์จากหลักฐานแสดงตน
- (2) การยืนยันช่องทางการติดต่อด้วยการส่งอีเมลให้ผู้เขียนรีวิวคลิกลิงก์ยืนยันการลงทะเบียน
- (3) การยืนยันช่องทางการติดต่อด้วยการสื่อสารทางโทรศัพท์หรือการใช้ OTP ที่ส่งให้ทาง SMS
- (4) การยืนยันตัวตนแบบ Single Sign-On (SSO)
- (5) การตรวจสอบตำแหน่งทางภูมิศาสตร์หรือ IP address ของอุปกรณ์ที่ใช้งาน
- (6) การใช้ระบบทดสอบ CAPTCHA (Completely Automated Public Turing test to tell Computers and Humans Apart)

#### 4.4 องค์ประกอบของรีวิว

ผู้จัดการรีวิวต้องทำให้มั่นใจว่ารีวิวของผู้บริโภคมีองค์ประกอบ ดังนี้

- (1) วันที่ส่งรีวิว (review submission date)
- (2) คะแนนความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการ (rating)

นอกจากนี้ ผู้จัดการรีวิวควรเปิดให้ผู้เขียนรีวิวสามารถเพิ่มองค์ประกอบอื่น ดังนี้

- (1) คำบรรยายประสบการณ์ของผู้บริโภคในรูปแบบข้อความ
- (2) ช่วงเวลาหรือวันที่ผู้บริโภคได้รับบริการจากผู้ประกอบการ (consumer experience date)
- (3) เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของผู้บริโภค เช่น รูปภาพ หรือวิดีโอ

#### 4.5 การตรวจสอบประสบการณ์ของผู้บริโภค

ผู้จัดการรีวิวต้องมีกระบวนการเพื่อเพิ่มความมั่นใจว่าประสบการณ์ของผู้บริโภคเป็นความจริง โดยอาจใช้การตรวจสอบเนื้อหาของรีวิวว่าเป็นไปตามเกณฑ์ที่ระบุไว้ในข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน หรือการพิจารณาจากข้อร้องเรียนหรือการแจ้งรายงานที่มีต่อเนื้อหาของรีวิว

#### 4.6 รีวิวที่มีการให้สิ่งตอบแทน

การเขียนรีวิวต่อสินค้าหรือบริการอาจมีการเสนอให้สิ่งตอบแทนแก่ผู้เขียนรีวิว โดยมีข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการให้สิ่งตอบแทน ดังนี้

- (1) การให้สิ่งตอบแทนต้องไม่ขึ้นอยู่กับเนื้อหาของรีวิวที่ส่งมา ไม่ว่าจะรีวิวจะเป็นเชิงบวกหรือเชิงลบ

- (2) ผู้จัดการรีวิวต้องระบุโอกาสที่จะได้รับสิ่งตอบแทนในข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน
- (3) ผู้จัดการรีวิวสามารถให้สิ่งตอบแทนก่อนหรือหลังส่งรีวิวก็ได้
- (4) ผู้จัดการรีวิวควรแสดงเครื่องหมายกำกับรีวิวอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้อ่านทราบว่ามีการให้สิ่งตอบแทนสำหรับรีวิวดังกล่าว

## 5. ข้อกำหนดของการกลั่นกรองรีวิวของผู้บริโภค

ผู้จัดการรีวิวต้องกลั่นกรองรีวิวของผู้บริโภคที่ส่งมาทั้งหมดเทียบกับเกณฑ์ที่ระบุไว้ในข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน เพื่อตัดสินใจว่ารีวิวนั้นมีความเหมาะสมสำหรับการเผยแพร่บนช่องทางออนไลน์หรือไม่ ทั้งนี้ ผู้จัดการรีวิวสามารถปฏิเสธหรือลบรีวิวได้ หากรีวิวนั้นไม่เป็นไปตามข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน

การกลั่นกรองรีวิวของผู้บริโภคอาจดำเนินการก่อนหรือหลังการเผยแพร่รีวิว และการกลั่นกรองรีวิวของผู้บริโภคอาจเป็นแบบอัตโนมัติ (automated) แบบใช้เจ้าหน้าที่ (manual) หรือทั้งสองอย่างรวมกัน โดยข้อกำหนดของการกลั่นกรองรีวิวของผู้บริโภคมีรายละเอียดดังนี้

### 5.1 เงื่อนไขของการกลั่นกรองรีวิวของผู้บริโภค

เงื่อนไขที่ใช้ในการกลั่นกรองรีวิวของผู้บริโภค ควรมีดังนี้

- (1) ตรวจสอบเนื้อหาของรีวิวให้เป็นไปตามข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งานเกี่ยวกับการเผยแพร่ การปฏิเสธ หรือการลบเนื้อหาของรีวิว
- (2) กลั่นกรองเนื้อหาทั้งหมดของรีวิวที่ส่งมาหลังจากระบุได้ว่าผู้เขียนรีวิวเป็นบุคคลที่มีอยู่จริง
- (3) ใช้วิธีการกลั่นกรองรีวิวที่สอดคล้องกับปริมาณของรีวิว
- (4) สามารถระบุบุคคลและการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นกรองรีวิวได้
- (5) ใช้การจำกัดเวลาของการกลั่นกรองรีวิวที่เท่ากันกับรีวิวทั้งหมด ไม่ว่าจะรีวิวจะเป็นเชิงบวกหรือเชิงลบ
- (6) ผู้จัดการรีวิวได้รับการฝึกอบรมและมีความสามารถในการปฏิบัติงาน
- (7) รีวิวทั้งหมดได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่ขึ้นอยู่กับเนื้อหาของรีวิว
- (8) ตรวจสอบภาษาที่ใช้ในการเขียนรีวิว

### 5.2 การกลั่นกรองแบบอัตโนมัติ (automated moderation)

ผู้จัดการรีวิวควรใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เฉพาะในการกลั่นกรองเนื้อหาของรีวิวของผู้บริโภคแบบอัตโนมัติเพื่อให้สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว หรืออาจใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการดำเนินการบางส่วน เช่น การกรองข้อมูล (filtering) หรือการแจ้งเตือนส่งไปยังผู้จัดการรีวิว

ลักษณะเนื้อหาของรีวิวที่สามารถอาศัยการกลั่นกรองแบบอัตโนมัติ มีตัวอย่างเช่น เนื้อหาที่มีคำหยาบคายในข้อความ เนื้อหาที่มีข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เขียนรีวิว หรือเนื้อหาที่ไม่สามารถอ่านเข้าใจได้

### 5.3 การกลั่นกรองแบบใช้เจ้าหน้าที่ (manual moderation)

การกลั่นกรองแบบใช้เจ้าหน้าที่เป็นการให้เจ้าหน้าที่มาดำเนินการประเมินเนื้อหาของรีวิวที่ส่งมา เพื่อตัดสินใจที่จะเผยแพร่ ปฏิเสธ หรือลบรีวิวนั้น นอกจากนี้ เจ้าหน้าที่ควรสามารถเข้าถึงข้อมูลในระบบจัดเก็บ รีวิว ดังนี้

- (1) ประวัติของการส่งรีวิวของผู้เขียนรีวิว (เช่น จำนวนครั้งที่ผู้เขียนรีวิวมีการส่งรีวิวที่มีเนื้อหาเดิม)
- (2) ประวัติของรีวิวที่ผู้เขียนรีวิวเคยส่งเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ไม่ว่าจะได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธก็ตาม

#### 5.4 การปฏิเสธรีวิวของผู้บริโภค (ก่อนการเผยแพร่รีวิว)

ผู้จัดการรีวิวควรปฏิเสธการเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภค หากพบว่า รีวิวนั้นเป็นรีวิวที่เจตนาหลอกลวง ผู้บริโภค หรือไม่ปฏิบัติตามข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งานที่กำหนด อย่างไรก็ตาม ผู้จัดการรีวิวอาจให้โอกาสผู้เขียนรีวิวในการแก้ไขและส่งรีวิวที่ถูกปฏิเสธอีกครั้ง หากผู้จัดการรีวิวเชื่อว่าผู้เขียนรีวิวไม่ได้มีเจตนาที่จะหลอกลวงผู้บริโภคหรือละเมิดข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน

#### 5.5 การลบรีวิวของผู้บริโภค (หลังการเผยแพร่รีวิว)

หากได้รับการร้องขอจากผู้เขียนรีวิว ผู้จัดการรีวิวต้องลบรีวิวของผู้บริโภค โดยผู้จัดการรีวิวอาจแสดงเครื่องหมายกำกับรีวิวที่ถูกลบพร้อมคำอธิบาย เช่น “รีวิวนี้ถูกลบโดยผู้เขียนรีวิว” และอาจจะบุนวันที่ลบรีวิวไว้ด้วย

หากพบว่า ผู้เขียนรีวิวหรือเนื้อหาของรีวิวไม่ปฏิบัติตามข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน ผู้จัดการรีวิวต้องลบรีวิวดังกล่าวของผู้บริโภคที่เผยแพร่ไว้ โดยผู้จัดการรีวิวอาจแสดงเครื่องหมายกำกับรีวิวที่ถูกลบพร้อมคำอธิบาย เช่น “รีวิวนี้ไม่ปฏิบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด” และอาจจะบุนวันที่ลบรีวิวไว้ด้วย นอกจากนี้ ผู้จัดการรีวิวควรแจ้งให้ผู้เขียนรีวิวทราบถึงการลบรีวิวดังกล่าว โดยไม่จำเป็นต้องระบุเหตุผลของการลบรีวิวเพื่อรักษาประสิทธิภาพของการป้องกันการทุจริตของผู้เขียนรีวิว

อย่างไรก็ตาม ผู้จัดการรีวิวควรให้โอกาสผู้เขียนรีวิวในการแก้ไขรีวิวที่เผยแพร่แล้วและส่งรีวิวอีกครั้ง ในกรณี ดังนี้

- (1) ผู้เขียนรีวิวขอให้ลบเนื้อหาของรีวิวเดิมออกและขอส่งรีวิวใหม่แทน
- (2) ผู้เขียนรีวิวปรับรีวิวด้วยการเขียนรีวิวที่แก้ไขเพิ่มเติมซึ่งโพสต์ไว้ได้รีวิวเดิม
- (3) ผู้เขียนรีวิวแก้ไขเนื้อหาของรีวิวที่มีอยู่แล้วให้เป็นเนื้อหาที่แก้ไขใหม่

ทั้งนี้ ผู้จัดการรีวิวควรแสดงเครื่องหมายกำกับรีวิวที่ถูกแก้ไขพร้อมคำอธิบาย เช่น “รีวิวนี้ถูกแก้ไขโดยผู้เขียนรีวิว” และอาจจะบุนวันที่แก้ไขรีวิวไว้ด้วย

#### 5.6 การประเมินและปรับปรุงกระบวนการกลั่นกรองรีวิว

ผู้จัดการรีวิวต้องมีการประเมินประสิทธิภาพของกระบวนการกลั่นกรองรีวิวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถใช้วิธีการดังนี้

- (1) **การสุ่มตัวอย่าง:** ผู้จัดการรีวิวมีการสุ่มตัวอย่างของรีวิวตามหลักการทางสถิติและนำมาตรวจสอบตามเกณฑ์ที่ระบุไว้ในข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน อย่างน้อยหนึ่งครั้งต่อปี
- (2) **การใช้รีวิวทดสอบ:** ผู้จัดการรีวิวมีการสร้างรีวิวทดสอบที่ขัดกับเกณฑ์ที่ระบุไว้ในข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน ส่งรีวิวทดสอบเข้าสู่กระบวนการกลั่นกรองรีวิว และตรวจสอบให้มั่นใจว่ากระบวนการกลั่นกรองรีวิวสามารถระบุรีวิวที่ไม่ปฏิบัติตามเกณฑ์และลบรีวิวทดสอบนั้นออกจากช่องทางออนไลน์

- (3) **การสำรวจผู้เขียนรีวิว:** ผู้จัดการรีวิวมีการสุ่มตัวอย่างของผู้เขียนรีวิว โดยอาจจำเป็นต้องติดต่อกับกลุ่มตัวอย่างของผู้เขียนรีวิวเพื่อตรวจสอบช่องทางการติดต่อและประสบการณ์ของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการ ทั้งนี้ ผู้จัดการรีวิวต้องลบรีวิวที่ตรวจพบว่าผู้เขียนรีวิวหรือเนื้อหาของรีวิวไม่เป็นไปตามข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน

ทั้งนี้ หากพบว่ารีวิวที่เผยแพร่แล้วเป็นรีวิวที่หลอกลวงหรือขัดต่อข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน ผู้จัดการรีวิวต้องมีการทบทวนกระบวนการกลั่นกรองรีวิว และปรับปรุงประสิทธิภาพให้ดีขึ้นตามความจำเป็น

## 6. ข้อกำหนดของการเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภค

รีวิวของผู้บริโภคที่ผ่านการกลั่นกรองต้องได้รับการเผยแพร่ทั้งหมดโดยไม่มีการแก้ไขเนื้อหาของรีวิวโดยผู้จัดการรีวิว ทั้งนี้ หลังการเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภค ผู้ประกอบการสามารถตอบกลับรีวิวของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการ และผู้เขียนรีวิวสามารถขอลบรีวิวของตนเองได้ โดยข้อกำหนดของการเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภคมีรายละเอียดดังนี้

### 6.1 ความถูกต้องของรีวิว

รีวิวของผู้บริโภคต้องถูกแสดงและเผยแพร่ทั้งหมดโดยไม่มีการแก้ไขเนื้อหาของรีวิวโดยผู้จัดการรีวิว เพื่อให้มั่นใจว่ารีวิวของผู้บริโภคมีความถูกต้องและความโปร่งใส ทั้งนี้ หากมีการแสดงเนื้อหาของรีวิวเพียงบางส่วน รีวิวนั้นต้องมีลิงก์ที่เชื่อมโยงไปยังเนื้อหาของรีวิวฉบับเต็ม และหากมีการแปลรีวิวมาจากภาษาอื่น รีวิวนั้นต้องมีเครื่องหมายกำกับและลิงก์ที่เชื่อมโยงไปยังรีวิวที่เป็นภาษาต้นฉบับ

### 6.2 การแสดงผลเริ่มต้นของรีวิว

การแสดงผลเริ่มต้น (default display) ของรีวิวควรระบุวันที่ส่งรีวิว (review submission date) หรือช่วงเวลาหรือวันที่ผู้บริโภคได้รับบริการจากผู้ประกอบการ (consumer experience date) กำกับไว้กับรีวิวแต่ละอัน และการแสดงรีวิวควรเรียงตามลำดับเวลา (chronological display) จากล่าสุดไปเก่าที่สุด

หากผู้จัดการรีวิวไม่ได้ตั้งค่าเริ่มต้นให้แสดงรีวิวเรียงตามลำดับเวลา ผู้จัดการรีวิวควรระบุวิธีการกรองข้อมูล (filtering) ที่ใช้แสดงรีวิว และควรมีตัวเลือกให้ผู้ใช้งานสามารถแสดงรีวิวเรียงตามลำดับเวลาได้

นอกจากนี้ การแสดงผลเริ่มต้นของรีวิวอาจระบุคะแนนความพึงพอใจโดยรวม (overall rating) ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่คำนวณจากคะแนนความพึงพอใจของผู้เขียนรีวิวทั้งหมดที่มีต่อสินค้าหรือบริการนั้น

### 6.3 การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เขียนรีวิว

ผู้จัดการรีวิวควรแยกข้อมูลโปรไฟล์ของผู้เขียนรีวิวที่จะแสดงต่อสาธารณะบนช่องทางออนไลน์ออกจากข้อมูลส่วนบุคคลอื่น ๆ ที่ผู้เขียนรีวิวให้ไว้ในขั้นตอนการลงทะเบียน โดยข้อมูลส่วนบุคคลควรเข้าถึงได้เฉพาะผู้จัดการรีวิวและผู้เขียนรีวิวที่เกี่ยวข้องเท่านั้น นอกจากนี้ การตั้งค่าเริ่มต้นของระบบควรมีการรักษาความเป็นส่วนตัวและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เขียนรีวิว

### 6.4 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมต่อสินค้าหรือบริการ

ผู้จัดการรีวิวควรรวมคะแนนความพึงพอใจที่ประเมินโดยผู้เขียนรีวิวแต่ละคน และนำไปคำนวณเป็นคะแนนความพึงพอใจโดยรวม (overall rating) สำหรับสินค้าหรือบริการแต่ละรายการ เพื่อให้ผู้บริโภค

สามารถเปรียบเทียบระหว่างสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ได้ง่าย โดยมีข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจโดยรวม ดังนี้

- (1) ผู้จัดการรีวิวควรคำนวณคะแนนความพึงพอใจโดยรวมตามหลักการทางคณิตศาสตร์ที่มีความเป็นกลาง
- (2) ผู้จัดการรีวิวควรแจ้งให้ผู้บริโภคทราบถึงวิธีการที่ใช้คำนวณคะแนนความพึงพอใจโดยรวม (เช่น วิธีการรวบรวมคะแนนความพึงพอใจ วิธีการกำหนดค่าน้ำหนักคะแนน)
- (3) ผู้จัดการรีวิวควรตรวจสอบให้มั่นใจว่าคะแนนความพึงพอใจโดยรวมได้รับการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเมื่อมีการเผยแพร่รีวิวใหม่
- (4) ผู้จัดการรีวิวควรตรวจสอบให้มั่นใจว่าการแจ้งรายงานรีวิวโดยผู้ใช้งานจะไม่ส่งผลต่อการคำนวณคะแนนความพึงพอใจโดยรวม จนกว่ารีวิวที่เป็นปัญหาจะถูกลบ
- (5) ผู้จัดการรีวิวควรแสดงคะแนนความพึงพอใจโดยรวมสำหรับสินค้าหรือบริการแต่ละรายการพร้อมกับจำนวนรีวิวทั้งหมด
- (6) การคำนวณคะแนนความพึงพอใจโดยรวมต่อสินค้าหรือบริการควรพิจารณาเฉพาะคะแนนความพึงพอใจของรีวิวที่ส่งมาภายในระยะเวลาที่ผู้จัดการรีวิวกำหนดเท่านั้น
- (7) หากระยะเวลาสิ้นสุดของการส่งรีวิวเพื่อจะนำไปคำนวณคะแนนความพึงพอใจโดยรวม สั้นกว่าระยะเวลาสิ้นสุดของการส่งรีวิว ผู้จัดการรีวิวควรระบุระยะเวลาสิ้นสุดไว้ในข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน

## 6.5 ระยะเวลาของการเผยแพร่รีวิว

รีวิวของผู้บริโภคไม่ว่าจะเป็นเชิงบวกหรือเชิงลบควรได้รับการเผยแพร่โดยเร็วที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ เพื่อไม่ให้เกิดอคติต่อการประเมินสินค้าหรือบริการเนื่องจากการเผยแพร่ล่าช้าโดยไม่จำเป็น ทั้งนี้ รีวิวควรได้รับการเผยแพร่ภายใน 72 ชั่วโมง และอย่างช้าไม่เกิน 1 เดือนหลังจากวันที่ส่งรีวิว

## 6.6 การแจ้งรายงานรีวิวที่ไม่เหมาะสม

ผู้จัดการรีวิวต้องเปิดให้ผู้เขียนรีวิว ผู้ใช้งาน และผู้ประกอบการของสินค้าหรือบริการที่ได้รับรีวิวสามารถแจ้งรายงานรีวิวที่มีลักษณะดังนี้

- (1) รีวิวที่มีเนื้อหาที่ผิดกฎหมายหรือเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม (เช่น เนื้อหาที่ไม่เกี่ยวข้องกับลักษณะของสินค้าหรือบริการนั้น)
- (2) รีวิวที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่ามีเจตนาที่จะทำลายชื่อเสียงของสินค้าหรือบริการนั้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรับสิ่งตอบแทนทางการเงินหรือสิ่งตอบแทนอื่น ๆ
- (3) รีวิวที่ขัดต่อข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งานของช่องทางออนไลน์

ทั้งนี้ รีวิวที่ถูกแจ้งรายงานต้องได้รับการกลั่นกรองแบบใช้เจ้าหน้าที่ (manual moderation) เพิ่มเติมเพื่อตรวจสอบว่าเป็นไปตามข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งานหรือไม่ หากตรวจสอบแล้วพบว่ารีวิวมีเนื้อหาที่ผิดกฎหมาย มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม หรือขัดต่อข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน ผู้จัดการรีวิวต้องลบรีวิวนั้นออก

อย่างไรก็ตาม ในช่วงเวลาระหว่างการกลั่นกรองแบบใช้เจ้าหน้าที่เพิ่มเติมนี้ ผู้จัดการรีวิวอาจลบการเผยแพร่รีวิวที่ถูกแจ้งรายงานออกชั่วคราว และควรตอบกลับเหตุผลให้แก่บุคคลที่แจ้งรายงานรีวิว



## 6.7 สิทธิในการตอบกลับรีวิวกโดยผู้ประกอบการ

ผู้จัดการรีวิวกควรอนุญาตให้ผู้ประกอบการสามารถตอบกลับรีวิวกของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการ เพื่อวัตถุประสงค์ในการส่งข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ การขอบคุณผู้เขียนรีวิวก หรือการชี้แจงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับสินค้าหรือบริการหลังจากได้รับรีวิวก ทั้งนี้ ผู้จัดการรีวิวกควรตรวจสอบให้มั่นใจว่าผู้เขียนข้อความตอบกลับคือผู้ประกอบการหรือตัวแทนที่ได้รับอนุญาตของผู้ประกอบการนั้น

ผู้จัดการรีวิวกควรกั้นร่องข้อความตอบกลับของผู้ประกอบการด้วยกระบวนการและเกณฑ์เดียวกันกับการกั้นร่องรีวิวกของผู้บริโภค และเผยแพร่ข้อความตอบกลับของผู้ประกอบการไว้ที่รีวิวกที่เกี่ยวข้องโดยไม่มีซ้ำ นอกจากนี้ ผู้จัดการรีวิวกควรเปิดให้แจ้งรายงานและลบข้อความตอบกลับที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสมด้วยเกณฑ์เดียวกันกับการกั้นร่องรีวิวกของผู้บริโภค

## 6.8 การเก็บรักษาข้อมูลหลังจากการลบรีวิวกของผู้บริโภค

หลังจากการลบรีวิวกของผู้บริโภคออกจากช่องทางออนไลน์ (หัวข้อ 5.5) ผู้จัดการรีวิวกควรเก็บรักษารายการของรีวิวกทั้งหมดที่ถูกลบ ข้อมูลทั้งหมดที่แนบกับรีวิวกนั้น รวมถึงเหตุผลของการลบรีวิวก เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 1 ปีหลังจากวันที่ลบรีวิวก เพื่อรักษาประสิทธิภาพการป้องกันการทุจริตของผู้เขียนรีวิวกและผู้จัดการรีวิวก

นอกจากนี้ ผู้จัดการรีวิวกควรเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลไว้ไม่เกินระยะเวลาตามวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลที่แจ้งไว้ในข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน และผู้จัดการรีวิวกควรคำนึงถึงภาระหน้าที่ตามกฎหมายในการลบหรือทำลายข้อมูลส่วนบุคคลเมื่อพ้นกำหนดระยะเวลาการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล

## 6.9 การเผยแพร่รีวิวกที่มาจากช่องทางออนไลน์อื่น

ในกรณีที่ผู้จัดการรีวิวกเผยแพร่รีวิวกที่มาจากช่องทางออนไลน์อื่นซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ระบุไว้ในข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน ผู้จัดการรีวิวกต้องระบุให้ทราบอย่างชัดเจนว่ารีวิวกนั้นมาจากช่องทางออนไลน์อื่น ทั้งนี้ ผู้จัดการรีวิวกต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของการเผยแพร่รีวิวกของผู้บริโภคสำหรับรีวิวกทั้งหมด โดยให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่ระบุไว้ในข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งานที่ผู้จัดการรีวิวกรับผิดชอบ

**ภาคผนวก ก.**  
**คำแนะนำเพิ่มเติมสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับรีวิวของผู้บริโภค**

**ก.1 คำแนะนำสำหรับผู้ประกอบการ**

- (1) ผู้ประกอบการควรส่งเสริมให้ผู้บริโภคเขียนรีวิวของตนเองอย่างเสรีและตรงไปตรงมา
- (2) ผู้ประกอบการควรตระหนักว่ารีวิวของผู้บริโภคส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเขียนเชิงบวกหรือเชิงลบ มีแนวโน้มที่จะสะท้อนตามความเป็นจริง
- (3) เมื่อได้รับรีวิวเชิงลบ ผู้ประกอบการควรรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและตอบกลับรีวิวอย่างตรงไปตรงมาและให้ข้อมูลที่โปร่งใสต่อผู้บริโภคโดยทั่วไป
- (4) ผู้ประกอบการควรติดต่อผู้จัดการรีวิว ในกรณีที่สงสัยว่ามีการปลอมแปลงรีวิว
- (5) ผู้ประกอบการไม่ควรให้สิ่งตอบแทนหรือติดสินบนผู้บริโภคเพื่อแลกกับการเขียนรีวิวเชิงบวก
- (6) ผู้ประกอบการไม่ควรเขียนรีวิวเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของตนเองหรือของคู่แข่งทางธุรกิจ
- (7) ผู้ประกอบการควรตรวจสอบให้มั่นใจว่าหน่วยงานด้านการตลาดหรือบุคคลอื่นที่เป็นตัวแทนของผู้ประกอบการ ไม่มีการปลอมแปลงรีวิวเพื่อเพิ่มปริมาณรีวิวเชิงบวกหรือเพิ่มคะแนนความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการเอง
- (8) ผู้ประกอบการควรแสดงเครื่องหมายกำกับข้อความที่เป็นการโฆษณาหรือการส่งเสริมการขายอย่างชัดเจน

**ก.2 คำแนะนำสำหรับผู้บริโภค**

- (1) ผู้บริโภคควรเขียนรีวิวที่ตรงไปตรงมาตามประสบการณ์ส่วนตัวที่มีต่อสินค้าหรือบริการ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคคนอื่น
- (2) ผู้บริโภคไม่ควรรับสิ่งตอบแทนเพื่อแลกกับการเขียนรีวิวเชิงบวก
- (3) ผู้บริโภคไม่ควรข่มขู่ผู้ประกอบการด้วยการเขียนรีวิวเชิงลบเพื่อแลกกับการได้มาซึ่งผลประโยชน์จากผู้ประกอบการ
- (4) หากเกิดปัญหาหรือข้อบกพร่องจากสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคควรพยายามแจ้งข้อร้องเรียนและแก้ไขปัญหากับผู้ประกอบการก่อน เนื่องจากการเขียนรีวิวไม่ได้เป็นช่องทางการแจ้งข้อร้องเรียน อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการอาจนำวิธีการที่ผู้ประกอบการจัดการกับข้อร้องเรียนมาใช้พิจารณาในการเขียนรีวิวของผู้บริโภค
- (5) ผู้บริโภคควรหลีกเลี่ยงการเขียนรีวิวที่มีการโจมตีเจ้าหน้าที่หรือเจ้าของธุรกิจเป็นการส่วนตัว
- (6) ผู้บริโภคที่อ่านรีวิวเพื่อเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ ควรตระหนักว่าผู้บริโภคแต่ละคนมีความต้องการและลักษณะความชอบที่ไม่เหมือนกัน รีวิวของผู้บริโภคและคะแนนความพึงพอใจสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการเลือกซื้อได้ แต่ขึ้นอยู่กับผู้บริโภคเองที่จะต้องตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการที่เหมาะสมกับตนเองที่สุด

**ก.3 คำแนะนำในกรณีที่มีความขัดแย้งระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบการ**

เนื่องจากรีวิวของผู้บริโภคและคะแนนความพึงพอใจไม่ใช่การรับรองคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ดังนั้น ผู้บริโภคจึงไม่สามารถนำรีวิวมาใช้ในการร้องเรียนเรื่องคุณภาพของสินค้าหรือบริการเพื่อขอคืนเงินหรือ

เรียกร้องค่าชดเชยได้ ทั้งนี้ ในกรณีที่มีความขัดแย้งระหว่างผู้บริโภคร่วมกับผู้ประกอบการหรือบุคคลที่สามที่จัดการ  
รีวิว ผู้บริโภคควรดำเนินการดังต่อไปนี้ตามความเหมาะสม

- (1) ผู้บริโภคควรติดต่อผู้ประกอบการหรือบุคคลที่สามที่จัดการรีวิวเพื่อแจ้งปัญหา และมุ่งหา  
แนวทางการแก้ไขปัญหาร่วมกันจากการเจรจาต่อรอง
- (2) ผู้บริโภคควรแจ้งข้อร้องเรียนอย่างเป็นทางการ และมีหลักฐานที่สามารถสนับสนุนข้อร้องเรียน เช่น  
ใบเสร็จรับเงิน หรือหนังสือสัญญา
- (3) หากมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ผู้บริโภคควรขอคำแนะนำจาก  
ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย และหากจำเป็น ให้รายงานประเด็นปัญหาไปยังหน่วยงานด้านการ  
คุ้มครองผู้บริโภค

ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการหรือบุคคลที่สามที่จัดการรีวิวควรดำเนินการดังต่อไปนี้ตามความ  
เหมาะสม

- (1) ผู้ประกอบการหรือบุคคลที่สามที่จัดการรีวิวควรมุ่งหาแนวทางการแก้ไขปัญหาดโดยตรงกับผู้บริโภค  
ในลักษณะที่เป็นมิตร
- (2) ผู้ประกอบการหรือบุคคลที่สามที่จัดการรีวิวควรแจ้งให้ผู้บริโภคทราบถึงช่องทางการแจ้ง  
ข้อร้องเรียนอย่างเป็นทางการ
- (3) ผู้ประกอบการหรือบุคคลที่สามที่จัดการรีวิวควรตระหนักถึงขอบเขตของกฎหมายและมีมาตรการที่  
เหมาะสมในการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

## บรรณานุกรม

- [1] International Organization for Standardization, “ISO 20488:2018 Online consumer reviews – Principles and requirements for their collection, moderation and publication”, June 2018.
- [2] World Tourism Organization, “Recommendations on the Responsible Use of Rating and Reviews on Digital Platforms”, 2017.