



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

**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

เว็บไซต์: 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	8
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) ซึ่งเป็นหน่วยงานหรือบุคคลที่รับผิดชอบในการจัดการเนื้อหา รีวิวของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้จัดการรีวิวมีแนวปฏิบัติที่ดีในการรวบรวม กลั่นกรอง และเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภค (consumer review) บนช่องทางออนไลน์ ทั้งนี้ รีวิวของผู้บริโภคที่มีความโปร่งใสและมีความเป็นกลางจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคที่จะเขียนรีวิวต่อสินค้าหรือบริการ เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคที่จะอ่านรีวิวของผู้บริโภครายอื่นเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ ปกป้องผู้ประกอบการจากการแสวงหาประโยชน์และความเสียหายที่เกิดจากการปลอมแปลงรีวิว และสนับสนุนผู้ประกอบการในการพิจารณาปรับปรุงคุณภาพของสินค้าหรือบริการตามรีวิว

ข้อเสนอแนะมาตรฐานฉบับนี้สามารถใช้ได้กับผู้จัดการรีวิว ซึ่งอาจเป็นผู้ประกอบการที่จัดการรีวิวจากลูกค้าของตนเอง หรือบุคคลที่สามที่จัดการรีวิว (เช่น เว็บไซต์ที่เปิดให้ผู้บริโภคเขียนรีวิวต่อสินค้าหรือบริการ แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค) ทั้งนี้ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการรีวิว ซึ่งประกอบด้วย การรวบรวม 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 บุคคลทั่วไปที่ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบการ และหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบการโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม
- 2.3 ผู้เขียนรีวิว (review author) หมายถึง ผู้บริโภคที่เขียนรีวิวเพื่อเผยแพร่บนช่องทางออนไลน์

ชมธอ. 32-2565

- 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

- เนื้อหาของรีวิวน่าอ่านเข้าใจได้ เช่น ไม่ใช่ประโยคที่ไม่มีความหมาย
- เนื้อหาของรีวิวน่าเชื่อถือไม่มีข้อมูลส่วนบุคคลที่จะทำให้บุคคลทั่วไปสามารถระบุหรือติดต่อบุคคล (เช่น หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล หรือที่อยู่จริงที่ชัดเจน)
- เนื้อหาของรีวิวน่าเชื่อถือไม่มีข้อมูลทางการเงินที่อาจนำไปสู่การโจรกรรมข้อมูลส่วนบุคคล (เช่น หมายเลขบัตรเครดิต หรือหมายเลขบัญชีธนาคาร)
- เนื้อหาของรีวิวน่าเชื่อถือไม่มีข้อมูลกิจกรรมทางการตลาด (เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย)
- เนื้อหาของรีวิวน่าเชื่อถือมีการเปิดเผยความขัดแย้งกันระหว่างผลประโยชน์ส่วนตนและผลประโยชน์ส่วนรวม (conflict of interests) อย่างชัดเจน (เช่น การแสดงเครื่องหมายกำกับรีวิวที่มีการให้สิ่งตอบแทนอย่างชัดเจน)

ผู้จัดการรีวิวอาจมีการกำหนดเกณฑ์เพิ่มเติมจากรายการข้างต้น อย่างไรก็ตาม ผู้จัดการรีวิวไม่ควรกำหนดเกณฑ์ใด ๆ ที่อาจทำให้เกิดอคติในการประเมินสินค้าหรือบริการได้

3.3 การติดต่อสื่อสารกับผู้ประกอบการ (กรณีที่ผู้จัดการรีวิวเป็นบุคคลที่สามที่จัดการรีวิว)

ผู้จัดการรีวิวต้องจัดให้มีช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อใช้ส่งรีวิวของผู้บริโภคจากผู้เขียนรีวิวให้แก่ผู้ประกอบการ และต้องจัดให้มีช่องทางการติดต่อที่ชัดเจนของผู้จัดการรีวิว (เช่น หมายเลขโทรศัพท์ หรืออีเมล) เพื่อให้ผู้ประกอบการใช้ติดต่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับรีวิวของผู้บริโภค

นอกจากนี้ ผู้จัดการรีวิวควรติดต่อผู้ประกอบการเพื่อแจ้งเตือนปัญหาด้านความปลอดภัยหรือความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นของสินค้าหรือบริการ ที่เขียนเน้นไว้ในรีวิวของผู้บริโภค และควรเปิดให้ผู้ประกอบการลงทะเบียนโพรไฟล์ธุรกิจ (business profile) บนช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถรับการแจ้งเตือนเมื่อมีการเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภคอันใหม่

4. ข้อกำหนดของการรวบรวมรีวิวของผู้บริโภค

การรวบรวมรีวิวของผู้บริโภคต้องใช้กระบวนการที่เป็นกลางและพิสูจน์ได้เพื่อช่วยลดอคติในการรวบรวมรีวิว โดยข้อกำหนดของการรวบรวมรีวิวของผู้บริโภคมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ความรับผิดชอบของผู้เขียนรีวิว

ในหน้าลงทะเบียนหรือก่อนจะส่งรีวิว ผู้จัดการรีวิวต้องให้ผู้เขียนรีวิวอ่านและยอมรับข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน (หัวข้อ 3.2) และให้ผู้เขียนรีวิวระบุหมายเลขโทรศัพท์หรืออีเมลเพื่อให้ผู้จัดการรีวิวสามารถติดต่อได้ ทั้งนี้ ผู้เขียนรีวิวที่ไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดดังกล่าวจะไม่ได้รับอนุญาตให้ส่งรีวิว

4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เขียนรีวิว

ผู้จัดการรีวิวต้องเปิดให้ผู้เขียนรีวิวสร้างโพรไฟล์ (profile) หรือนามแฝงที่จะแสดงต่อสาธารณะบนช่องทางออนไลน์ โดยผู้จัดการรีวิวอาจรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เขียนรีวิว หรือผู้เขียนรีวิวอาจเลือกที่จะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลบนช่องทางออนไลน์ก็ได้ ทั้งนี้ ผู้จัดการรีวิวต้องทำให้มั่นใจว่า

- (1) มีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลอย่างมั่นคงปลอดภัยเพื่อป้องกันการเข้าถึงโดยไม่ได้รับอนุญาต

ชมรธ. 32-2565

- (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 ไม่ว่ารีวิวจะเป็นเชิงบวกหรือเชิงลบ
- (6) ผู้จัดการรีวิวได้รับการฝึกอบรมและมีความสามารถในการปฏิบัติงาน
- (7) รีวิวทั้งหมดได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่ขึ้นอยู่กับเนื้อหาของรีวิว
- (8) ตรวจสอบภาษาที่ใช้ในการเขียนรีวิว

5.2 การกลั่นกรองแบบอัตโนมัติ (automated moderation)

ผู้จัดการรีวิวควรใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เฉพาะในการกลั่นกรองเนื้อหาของรีวิวของผู้บริโภคแบบอัตโนมัติเพื่อให้สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว หรืออาจใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการดำเนินการบางส่วน เช่น การกรองข้อมูล (filtering) หรือการแจ้งเตือนไปยังผู้จัดการรีวิว

ลักษณะเนื้อหาของรีวิวที่สามารถอาศัยการกลั่นกรองแบบอัตโนมัติ มีตัวอย่างเช่น เนื้อหาที่มีคำหยาบคายในข้อความ เนื้อหาที่มีข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เขียนรีวิว หรือเนื้อหาที่ไม่สามารถอ่านเข้าใจได้

5.3 การกลั่นกรองแบบใช้เจ้าหน้าที่ (manual moderation)

การกลั่นกรองแบบใช้เจ้าหน้าที่เป็นการให้เจ้าหน้าที่มาดำเนินการประเมินเนื้อหาของรีวิวที่ส่งมาเพื่อตัดสินใจที่จะเผยแพร่ ปฏิเสธ หรือลบรีวิวนั้น นอกจากนี้ เจ้าหน้าที่ควรสามารถเข้าถึงข้อมูลในระบบจัดเก็บ รีวิว ดังนี้

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

5.4 การปฏิเสธรีวิวของผู้บริโภค (ก่อนการเผยแพร่รีวิว)

ผู้จัดการรีวิวควรปฏิเสธการเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภค หากพบว่า รีวิวนั้นเป็นรีวิวที่เจตนาหลอกลวง ผู้บริโภค หรือไม่เป็นไปตามข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งานที่กำหนด อย่างไรก็ตาม ผู้จัดการรีวิวอาจให้โอกาสผู้เขียนรีวิวในการแก้ไขและส่งรีวิวที่ถูกปฏิเสธอีกครั้ง หากผู้จัดการรีวิวเชื่อว่าผู้เขียนรีวิวไม่ได้มีเจตนาที่จะหลอกลวงผู้บริโภคหรือละเมิดข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน

5.5 การลบรีวิวของผู้บริโภค (หลังการเผยแพร่รีวิว)

หากได้รับการร้องขอจากผู้เขียนรีวิว ผู้จัดการรีวิวต้องลบรีวิวของผู้บริโภค โดยผู้จัดการรีวิวอาจแสดงเครื่องหมายกำกับรีวิวที่ถูกลบพร้อมคำอธิบาย เช่น “รีวิวนี้ถูกลบโดยผู้เขียนรีวิว” และอาจจะบุนวันที่ลบรีวิวไว้ด้วย

หากพบว่า ผู้เขียนรีวิวหรือเนื้อหาของรีวิวไม่เป็นไปตามข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน ผู้จัดการรีวิวต้องลบรีวิวดังกล่าวของผู้บริโภคที่เผยแพร่ไว้ โดยผู้จัดการรีวิวอาจแสดงเครื่องหมายกำกับรีวิวที่ถูกลบพร้อมคำอธิบาย เช่น “รีวิวนี้ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด” และอาจจะบุนวันที่ลบรีวิวไว้ด้วย นอกจากนี้ ผู้จัดการรีวิวควรแจ้งให้ผู้เขียนรีวิวทราบถึงการลบรีวิวดังกล่าว โดยไม่จำเป็นต้องระบุเหตุผลของการลบรีวิวเพื่อรักษาประสิทธิภาพของการป้องกันการทุจริตของผู้เขียนรีวิว

อย่างไรก็ตาม ผู้จัดการรีวิวควรให้โอกาสผู้เขียนรีวิวในการแก้ไขรีวิวที่เผยแพร่แล้วและส่งรีวิวอีกครั้ง ในกรณี ดังนี้

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

ทั้งนี้ ผู้จัดการรีวิวควรแสดงเครื่องหมายกำกับรีวิวที่ถูกแก้ไขพร้อมคำอธิบาย เช่น “รีวิวนี้ถูกแก้ไขโดยผู้เขียนรีวิว” และอาจจะบุนวันที่แก้ไขรีวิวไว้ด้วย

5.6 การประเมินและปรับปรุงกระบวนการกลั่นกรองรีวิว

ผู้จัดการรีวิวต้องมีการประเมินประสิทธิภาพของกระบวนการกลั่นกรองรีวิวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถใช่วิธีการดังนี้

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

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

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

ผู้จัดการรีวิวควรแยกข้อมูลโพรไฟล์ของผู้เขียนรีวิวที่จะแสดงต่อสาธารณะบนช่องทางออนไลน์ออกจากข้อมูลส่วนบุคคลอื่น ๆ ที่ผู้เขียนรีวิวให้ไว้ในขั้นตอนการลงทะเบียน โดยข้อมูลส่วนบุคคลควรเข้าถึงได้เฉพาะผู้จัดการรีวิวและผู้เขียนรีวิวที่เกี่ยวข้องเท่านั้น นอกจากนี้ การตั้งค่าเริ่มต้นของระบบควรมีการรักษาความเป็นส่วนตัวและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เขียนรีวิว

6.4 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมต่อสินค้าหรือบริการ

ผู้จัดการรีวิวควรรวมคะแนนความพึงพอใจที่ประเมินโดยผู้เขียนรีวิวแต่ละคน และนำไปคำนวณเป็นคะแนนความพึงพอใจโดยรวม (overall rating) สำหรับสินค้าหรือบริการแต่ละรายการ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบระหว่างสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ได้ง่าย โดยมีข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับคะแนนความพึงพอใจโดยรวม 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 หากตรวจสอบแล้วพบว่ารีวิวนั้นมีเนื้อหาที่ผิดกฎหมาย มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม หรือขัดต่อข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน ผู้จัดการรีวิวต้องลบรีวิวนั้นออก

อย่างไรก็ตาม ในช่วงเวลาระหว่างการกลั่นกรองแบบใช้เจ้าหน้าที่เพิ่มเติมนี้ ผู้จัดการรีวิวอาจลบการเผยแพร่รีวิวที่ถูกแจ้งรายงานออกชั่วคราว และควรตอบกลับเหตุผลให้แก่บุคคลที่แจ้งรายงานรีวิว

6.7 สิทธิในการตอบกลับรีวิวโดยผู้ประกอบการ

ผู้จัดการรีวิวควรอนุญาตให้ผู้ประกอบการสามารถตอบกลับรีวิวของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการ เพื่อวัตถุประสงค์ในการส่งข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ การขอบคุณผู้เขียนรีวิว หรือการชี้แจงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับสินค้าหรือบริการหลังจากได้รับรีวิว ทั้งนี้ ผู้จัดการรีวิวควรตรวจสอบให้มั่นใจว่าผู้เขียนข้อความตอบกลับคือผู้ประกอบการหรือตัวแทนที่ได้รับอนุญาตของผู้ประกอบการนั้น

ผู้จัดการรีวิวควรกลั่นกรองข้อความตอบกลับของผู้ประกอบการด้วยกระบวนการและเกณฑ์เดียวกันกับการกลั่นกรองรีวิวของผู้บริโภค และเผยแพร่ข้อความตอบกลับของผู้ประกอบการไว้ที่รีวิวที่เกี่ยวข้องโดยไม่มีซ้ำ นอกจากนี้ ผู้จัดการรีวิวควรเปิดให้แจ้งรายงานและลบข้อความตอบกลับที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสมด้วยเกณฑ์เดียวกันกับการกลั่นกรองรีวิวของผู้บริโภค

6.8 การเก็บรักษาข้อมูลหลังจากการลบรีวิวของผู้บริโภค

หลังจากการลบรีวิวของผู้บริโภคออกจากช่องทางออนไลน์ (หัวข้อ 5.5) ผู้จัดการรีวิวควรเก็บรักษารายการของรีวิวทั้งหมดที่ถูกลบ ข้อมูลทั้งหมดที่แนบกับรีวิวนั้น รวมถึงเหตุผลของการลบรีวิว เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 1 ปีหลังจากวันที่ลบรีวิว เพื่อรักษาประสิทธิภาพการป้องกันการทุจริตของผู้เขียนรีวิวและผู้จัดการรีวิว

นอกจากนี้ ผู้จัดการรีวิวควรเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลไว้ไม่เกินระยะเวลาตามวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลที่แจ้งไว้ในข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน และผู้จัดการรีวิวควรคำนึงถึงภาระหน้าที่ตามกฎหมายในการลบหรือทำลายข้อมูลส่วนบุคคลเมื่อพ้นกำหนดระยะเวลาการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล

6.9 การเผยแพร่รีวิวที่มาจากช่องทางออนไลน์อื่น

ในกรณีที่ผู้จัดการรีวิวเผยแพร่รีวิวที่มาจากช่องทางออนไลน์อื่นซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ระบุไว้ในข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน ผู้จัดการรีวิวต้องระบุให้ทราบอย่างชัดเจนว่ารีวิวนั้นมาจากช่องทางออนไลน์อื่น ทั้งนี้ ผู้จัดการรีวิวต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของการเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภคสำหรับรีวิวทั้งหมด โดยให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่ระบุไว้ในข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งานที่ผู้จัดการรีวิวรับผิดชอบ

ภาคผนวก ก.

คำแนะนำเพิ่มเติมสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับรีวิวของผู้บริโภค

ก.1 คำแนะนำสำหรับผู้ประกอบการ

- (1) ผู้ประกอบการควรส่งเสริมให้ผู้บริโภคเขียนรีวิวของตนเองอย่างเสรีและตรงไปตรงมา
- (2) ผู้ประกอบการควรตระหนักว่ารีวิวของผู้บริโภคส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นเชิงบวกหรือเชิงลบ มีแนวโน้มที่จะสะท้อนตามความเป็นจริง
- (3) เมื่อได้รับรีวิวเชิงลบ ผู้ประกอบการควรรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและตอบกลับรีวิวอย่างตรงไปตรงมาและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคโดยทั่วไป
- (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 ในกรณีที่มีความขัดแย้งระหว่างผู้บริโภคร่วมกับผู้ประกอบการหรือบุคคลที่สามที่จัดการรีวิว ผู้บริโภคควรดำเนินการดังต่อไปนี้ตามความเหมาะสม

- (1) ผู้บริโภคควรติดต่อผู้ประกอบการหรือบุคคลที่สามที่จัดการรีวิวเพื่อแจ้งปัญหา และมุ่งหาแนวทางการแก้ไขปัญหาร่วมกันจากการเจรจาต่อรอง
- (2) ผู้บริโภคควรแจ้งข้อร้องเรียนอย่างเป็นทางการ และมีหลักฐานที่สามารถสนับสนุนข้อร้องเรียน เช่น ใบเสร็จรับเงิน หรือหนังสือสัญญา
- (3) หากมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ผู้บริโภคควรขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย และหากจำเป็น ให้รายงานประเด็นปัญหาไปยังหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการหรือบุคคลที่สามที่จัดการรีวิวควรดำเนินการดังต่อไปนี้ตามความเหมาะสม

- (1) ผู้ประกอบการหรือบุคคลที่สามที่จัดการรีวิวควรมุ่งหาแนวทางการแก้ไขปัญหาดโดยตรงกับผู้บริโภคในลักษณะที่เป็นมิตร
- (2) ผู้ประกอบการหรือบุคคลที่สามที่จัดการรีวิวควรแจ้งให้ผู้บริโภคทราบถึงช่องทางการแจ้งข้อร้องเรียนอย่างเป็นทางการ
- (3) ผู้ประกอบการหรือบุคคลที่สามที่จัดการรีวิวควรตระหนักถึงขอบเขตของกฎหมายและมีมาตรการที่เหมาะสมในการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

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.