



ข้อเสนอแนะมาตรฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ  
และการสื่อสารที่จำเป็นต่อธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ETDA Recommendation on ICT Standard  
for Electronic Transactions

ชมธอ. [x-xxxx]

ว่าด้วยการรวบรวม กลั่นกรอง และเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภค  
บนช่องทางออนไลน์

COLLECTION, MODERATION AND PUBLICATION OF ONLINE  
CUSTOMER REVIEWS

เวอร์ชัน 0.2

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์  
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

ICS 03.080.30

ข้อเสนอแนะมาตรฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร  
ที่จำเป็นต่อธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์  
ว่าด้วยการรวบรวม กลั่นกรอง และเผยแพร่  
รีวิวของผู้บริโภคบนช่องทางออนไลน์

ชมธอ. [x-xxxx]

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 กรุณาเลือกวันที่ประกาศ



วิเคราะห์และจัดทำข้อเสนอแนะมาตรฐานฯ  
ว่าด้วยการรวบรวม กลั่นกรอง และเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภคบนช่องทางออนไลน์

นางสาวปาจรีย์ เพ็ญยุระ

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

นายณัฐพัฒน์ โรจนศุภมิตร

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ห้ามใช้หรือยัดทำเป็นข้อเสนอแนะมาตรฐาน

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 เพื่อให้หน่วยงานที่จัดการช่องทางออนไลน์ที่เผยแพร่รีวิวของผู้บริโภค มีแนวปฏิบัติที่ดีในการรวบรวม กลั่นกรอง และเผยแพร่รีวิวบนช่องทางออนไลน์ ทั้งนี้ หน่วยงานที่เผยแพร่รีวิวของผู้บริโภคบนช่องทางออนไลน์ อาจเป็นผู้ประกอบการที่ได้รับรีวิวจากลูกค้าของตนเอง หรือบุคคลที่สามที่จัดการรีวิวของผู้บริโภคให้กับผู้ประกอบการ (เช่น เว็บไซต์ที่เปิดให้ผู้บริโภคเขียนรีวิวต่อสินค้าหรือบริการ แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค)

การจัดการรีวิวของผู้บริโภคที่มีความโปร่งใสและมีความเป็นกลางจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคที่จะเขียนรีวิวต่อสินค้าหรือบริการ เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคที่จะอ่านรีวิวของผู้บริโภคคนอื่นเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ ปกป้องผู้ประกอบการจากการแสวงหาประโยชน์และความเสียหายที่เกิดจากการปลอมแปลงรีวิว และสนับสนุนผู้ประกอบการในการพิจารณาปรับปรุงคุณภาพของสินค้าหรือบริการตามรีวิวของผู้บริโภค โดยหน่วยงานที่เผยแพร่รีวิวของผู้บริโภคบนช่องทางออนไลน์ควรมีกระบวนการจัดการรีวิวของผู้บริโภคที่เป็นไปตามหลักปฏิบัติ ดังนี้

- ความสมบูรณ์ (integrity): เพื่อให้มั่นใจว่ารีวิวมาจากผู้บริโภคตัวจริงซึ่งได้เขียนรีวิว
- ความถูกต้อง (accuracy): เพื่อให้มั่นใจว่ารีวิวของผู้บริโภคที่ผ่านกระบวนการรวบรวม กลั่นกรอง และเผยแพร่มีความถูกต้องและเป็นความจริงเท่าที่เป็นไปได้
- ความเป็นส่วนตัว (privacy): เพื่อให้มั่นใจว่ามีการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เขียนรีวิว
- ความมั่นคงปลอดภัย (security): เพื่อให้มั่นใจว่าระบบมีมาตรการป้องกันการทุจริตที่ช่วยปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลจากภัยคุกคามภายในและภายนอก
- ความโปร่งใส (transparency): เพื่อให้มั่นใจว่าหน่วยงานมีแนวปฏิบัติในการเปิดเผยข้อมูลที่จำเป็นต่อผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับรีวิวของผู้บริโภคอย่างโปร่งใส
- การเข้าถึงได้ (accessibility): เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลที่แสดงผลบนช่องทางออนไลน์ง่ายต่อการค้นหา และนำเสนอในรูปแบบที่ผู้บริโภคและผู้ประกอบการสามารถอ่านและเข้าใจได้ง่าย
- การตอบสนอง (responsiveness): เพื่อให้มั่นใจว่าการตอบสนองและการดำเนินการต่อการติดต่อสื่อสารจากผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับรีวิวของผู้บริโภค เป็นไปตามความเหมาะสมโดยไม่ชักช้า

## สารบัญ

หน้า

1. ขอบข่าย	1
2. บทนิยาม	1
3. หลักการเกี่ยวกับรีวิวกของผู้บริโภค	2
3.1 ความสำคัญของการจัดการรีวิว	2
3.2 ข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน	2
3.3 การติดต่อสื่อสารกับผู้ประกอบการ	3
4. ข้อกำหนดของการรวบรวมรีวิวของผู้บริโภค	3
4.1 ความรับผิดชอบของผู้เขียนรีวิว	3
4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เขียนรีวิว	3
4.3 องค์ประกอบของรีวิว	4
4.4 การตรวจสอบอัตลักษณ์ของผู้เขียนรีวิว	4
4.5 การตรวจสอบประสบการณ์ของผู้บริโภค	4
4.6 รีวิวที่มีการให้สิ่งตอบแทน	4
5. ข้อกำหนดของการกลั่นกรองรีวิวของผู้บริโภค	5
5.1 เงื่อนไขของการกลั่นกรองรีวิวของผู้บริโภค	5
5.2 การวิเคราะห์เนื้อหาของรีวิว	5
5.3 การกลั่นกรองแบบอัตโนมัติ (automated moderation)	5
5.4 การกลั่นกรองแบบใช้เจ้าหน้าที่ (manual moderation)	6
5.5 การปฏิเสธรีวิวของผู้บริโภค (ก่อนการเผยแพร่รีวิว)	6
5.6 การลบรีวิวผู้บริโภค (หลังการเผยแพร่รีวิว)	6
5.7 การประเมินและปรับปรุงกระบวนการกลั่นกรองรีวิว	7
6. ข้อกำหนดของการเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภค	7
6.1 ความถูกต้องของรีวิว	7
6.2 การแสดงผลเริ่มต้นของรีวิว	7
6.3 การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เขียนรีวิว	8
6.4 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมต่อสินค้าหรือบริการ	8
6.5 ระยะเวลาของการเผยแพร่รีวิว	9
6.6 การแจ้งรายงานรีวิวที่ไม่เหมาะสม	9
6.7 สิทธิในการตอบกลับรีวิวโดยผู้ประกอบการ	9
6.8 การเก็บรักษาข้อมูลหลังจากการลบรีวิวของผู้บริโภค	9
6.9 การเผยแพร่รีวิวที่มาจากช่องทางออนไลน์อื่น	10
ภาคผนวก ก. คำแนะนำเพิ่มเติมสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับรีวิวของผู้บริโภค	11
ก.1 คำแนะนำสำหรับผู้ประกอบการ	11
ก.2 คำแนะนำสำหรับผู้บริโภค	11
ก.3 คำแนะนำในกรณีที่มีความขัดแย้งระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบการ	11
บรรณานุกรม	13

# ข้อเสนอแนะมาตรฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่จำเป็นต่อธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

## ว่าด้วยการรวบรวม กลั่นกรอง และเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภค บนช่องทางออนไลน์

### 1. ขอบข่าย

ข้อเสนอแนะมาตรฐานฉบับนี้อธิบายหลักการและข้อกำหนดสำหรับหน่วยงานที่จัดการช่องทางออนไลน์ที่เผยแพร่รีวิวของผู้บริโภค (consumer review) เพื่อให้หน่วยงานดังกล่าวมีแนวปฏิบัติที่ดีในการรวบรวม กลั่นกรอง และเผยแพร่รีวิบบนช่องทางออนไลน์ ทั้งนี้ รีวิวของผู้บริโภคที่มีความโปร่งใสและมีความเป็นกลางจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคที่จะเขียนรีวิวต่อสินค้าหรือบริการ เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคที่จะอ่านรีวิวของผู้บริโภคคนอื่น เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ ปกป้องผู้ประกอบการจากการแสวงหาประโยชน์และความเสียหายที่เกิดจากการปลอมแปลงรีวิว และสนับสนุนผู้ประกอบการในการพิจารณาปรับปรุงคุณภาพของสินค้าหรือบริการตามรีวิวของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะมาตรฐานฉบับนี้สามารถใช้ได้กับหน่วยงานที่เผยแพร่รีวิวของผู้บริโภคบนช่องทางออนไลน์ ซึ่งอาจเป็นผู้ประกอบการที่ได้รับรีวิวจากลูกค้าของตนเอง หรือบุคคลที่สามที่จัดการรีวิวของผู้บริโภคให้กับผู้ประกอบการ (เช่น เว็บไซต์ที่เปิดให้ผู้บริโภคเขียนรีวิวต่อสินค้าหรือบริการ แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค) ทั้งนี้ กระบวนการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการรีวิวผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย การรวบรวม การกลั่นกรอง และการเผยแพร่ อาจดำเนินการโดยหน่วยงานที่แตกต่างกันก็ได้

### 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 บุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลที่เสนอสินค้าหรือบริการที่เปิดให้ผู้บริโภคเขียนรีวิบบนช่องทางออนไลน์
- 2.5 ผู้ตรวจสอบรีวิว (review administrator) หมายถึง บุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลที่รับผิดชอบในการจัดการเนื้อหา รีวิวของผู้บริโภค





- 62 - เนื้อหาของรีวิวไม่มีข้อมูลทางการเงินที่อาจนำไปสู่การโจรกรรมข้อมูลส่วนบุคคล (เช่น หมายเลข
- 63 บัตรเครดิต หรือหมายเลขบัญชีธนาคาร)
- 64 - เนื้อหาของรีวิวไม่มีข้อมูลทางการตลาด
- 65 - เนื้อหาของรีวิวมีการเปิดเผยความขัดแย้งกันระหว่างผลประโยชน์ส่วนตนและผลประโยชน์ส่วนรวม
- 66 (conflict of interests) อย่างชัดเจน

67           หน่วยงานอาจมีการกำหนดเกณฑ์เพิ่มเติมจากรายการข้างต้น อย่างไรก็ตาม หน่วยงานไม่ควรกำหนด

68 เกณฑ์ใด ๆ ที่อาจทำให้เกิดอคติในการประเมินสินค้าหรือบริการได้

### 69 3.3 การติดต่อสื่อสารกับผู้ประกอบการ

70           หน่วยงานต้องจัดให้มีช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อใช้ส่งรีวิวของผู้บริโภคจากผู้เขียนรีวิว

71 ให้แก่ผู้ประกอบการ และต้องจัดให้มีช่องทางการติดต่อที่ชัดเจนของผู้ตรวจสอบรีวิว (เช่น หมายเลขโทรศัพท์

72 หรืออีเมล) เพื่อให้ผู้ประกอบการใช้ติดต่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับรีวิวของผู้บริโภค

73           นอกจากนี้ ผู้ตรวจสอบรีวิวควรติดต่อผู้ประกอบการเพื่อแจ้งเตือนปัญหาด้านความปลอดภัยหรือความ

74 เสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นของสินค้าหรือบริการ ที่เขียนเน้นไว้ในรีวิวของผู้บริโภค และควรเปิดให้ผู้ประกอบการ

75 ลงทะเบียนโพรไฟล์ธุรกิจ (business profile) บนช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถรับการแจ้ง

76 เตือนเมื่อมีการเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภคอันใหม่

## 77 4. ข้อกำหนดของการรวบรวมรีวิวของผู้บริโภค

78           การรวบรวมรีวิวของผู้บริโภคต้องใช้กระบวนการที่เป็นกลางและพิสุจน์ได้เพื่อช่วยลดอคติในการรวบรวมรีวิว

79 โดยข้อกำหนดของการรวบรวมรีวิวของผู้บริโภคมีรายละเอียดดังนี้

### 80 4.1 ความรับผิดชอบของผู้เขียนรีวิว

81           ก่อนจะส่งรีวิวของผู้บริโภค หน่วยงานต้องให้ผู้เขียนรีวิวอ่านและยอมรับข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน

82 (หัวข้อ 3.2) และให้ผู้เขียนรีวิวระบุหมายเลขโทรศัพท์หรืออีเมล เพื่อให้ผู้ตรวจสอบรีวิวสามารถติดต่อได้ ทั้งนี้

83 ผู้เขียนรีวิวที่ไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดดังกล่าวจะไม่ได้รับอนุญาตให้ส่งรีวิว

### 84 4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เขียนรีวิว

85           ผู้ตรวจสอบรีวิวต้องเปิดให้ผู้เขียนรีวิวสร้างโพรไฟล์ (profile) หรือนามแฝงที่จะแสดงต่อสาธารณะบน

86 ช่องทางออนไลน์ โดยผู้ตรวจสอบรีวิวอาจรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เขียนรีวิว หรือผู้เขียนรีวิวอาจเลือกที่

87 จะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลบนช่องทางออนไลน์ก็ได้

88           ผู้ตรวจสอบรีวิวต้องทำให้มั่นใจว่า ข้อมูลส่วนบุคคลทั้งหมดที่รวบรวมจากผู้บริโภคมีการเก็บรักษาอย่าง

89 มั่นคงปลอดภัยเพื่อป้องกันการเข้าถึงหรือใช้งานโดยไม่ได้รับอนุญาต ระบบมีการตั้งค่าความมั่นคงปลอดภัยเพื่อ

90 ค้ำครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค และข้อมูลส่วนบุคคลถูกใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการกลั่นกรองรีวิวของ

91 ผู้บริโภคเท่านั้น เว้นแต่ผู้เขียนรีวิวได้ให้ความยินยอมในการใช้หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อวัตถุประสงค์อื่น

92 นอกเหนือจากวัตถุประสงค์ที่แจ้งไว้ในข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน

### 93 4.3 องค์ประกอบของรีวิว

94 ผู้ตรวจสอบรีวิวต้องทำให้มั่นใจว่ารีวิวของผู้บริโภคมีองค์ประกอบ ดังนี้

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

97 นอกจากนี้ ผู้ตรวจสอบรีวิวควรเปิดให้ผู้เขียนรีวิวสามารถเพิ่มองค์ประกอบอื่น ดังนี้

- 98 (1) คำบรรยายประสบการณ์ของผู้บริโภคในรูปแบบข้อความ
- 99 (2) ช่วงเวลาหรือวันที่ผู้บริโภคได้รับบริการจากผู้ประกอบการ (consumer experience date)
- 100 (3) เนื้อหาเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของผู้บริโภค เช่น รูปภาพ หรือวิดีโอ

### 101 4.4 การตรวจสอบอัตลักษณ์ของผู้เขียนรีวิว

102 ผู้ตรวจสอบรีวิวต้องมีกระบวนการในการตรวจสอบว่าผู้เขียนรีวิวเป็นบุคคลที่มีอยู่จริง และยืนยันว่า  
103 ช่องทางการติดต่อของผู้เขียนรีวิวใช้ติดต่อได้จริง ทั้งนี้ ผู้ตรวจสอบรีวิวควรแจ้งให้ผู้เขียนรีวิวทราบถึงเงื่อนไข  
104 ของการตรวจสอบอัตลักษณ์ของผู้เขียนรีวิว ก่อนจะให้ส่งรีวิว

105 การตรวจสอบอัตลักษณ์ของผู้เขียนรีวิวสามารถใช้วิธีการตามตัวอย่าง ดังนี้

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

### 113 4.5 การตรวจสอบประสบการณ์ของผู้บริโภค

114 ผู้ตรวจสอบรีวิวต้องมีกระบวนการเพื่อเพิ่มความมั่นใจว่าประสบการณ์ของผู้บริโภคเป็นความจริง โดย  
115 อาจใช้การตรวจสอบเนื้อหาของรีวิวว่าเป็นไปตามเกณฑ์ที่ระบุไว้ในข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน หรือการ  
116 พิจารณาจากข้อร้องเรียนหรือการแจ้งรายงานที่มีต่อเนื้อหาของรีวิว

### 117 4.6 รีวิวที่มีการให้สิ่งตอบแทน

118 ผู้ตรวจสอบรีวิวอาจมีการเสนอให้สิ่งตอบแทนแก่ผู้เขียนรีวิวสำหรับการเขียนรีวิวต่อสินค้าหรือบริการ  
119 โดยมีข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการให้สิ่งตอบแทน ดังนี้

- 120 (1) สิ่งตอบแทนต้องไม่ขึ้นอยู่กับเนื้อหาของรีวิวที่ส่งมา โดยควรให้สิ่งตอบแทนไม่ว่ารีวิวจะเป็นเชิงบวก  
121 หรือเชิงลบ
- 122 (2) ผู้ตรวจสอบรีวิวต้องระบุลักษณะหรือโอกาสที่จะได้รับสิ่งตอบแทนในข้อตกลงและเงื่อนไขการใ้  
123 งาน
- 124 (3) ผู้ตรวจสอบรีวิวสามารถให้สิ่งตอบแทนก่อนหรือหลังส่งรีวิวก็ได้

125 (4) ผู้ตรวจสอบรีวิวดูต้องแสดงเครื่องหมายกำกับรีวิวอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้อ่านทราบว่ามีการให้สิ่งตอบ  
126 แทนสำหรับรีวิวดังกล่าว

## 127 5. ข้อกำหนดของการกลั่นกรองรีวิวของผู้บริโภค

128 ผู้ตรวจสอบรีวิวต้องกลั่นกรองรีวิวของผู้บริโภคที่ส่งมาทั้งหมดเทียบกับเกณฑ์ที่ระบุไว้ในข้อตกลงและเงื่อนไข  
129 การใช้งาน เพื่อตัดสินใจว่ารีวิวนั้นมีความเหมาะสมสำหรับการเผยแพร่บนช่องทางออนไลน์ หรือไม่ ทั้งนี้ ผู้ตรวจสอบ  
130 รีวิวสามารถปฏิเสธหรือลบรีวิวได้ หากรีวิวนั้นไม่เป็นไปตามข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน

131 การกลั่นกรองรีวิวของผู้บริโภคอาจดำเนินการก่อนหรือหลังการเผยแพร่รีวิว และการกลั่นกรองรีวิวของ  
132 ผู้บริโภคอาจเป็นแบบอัตโนมัติ (automated) แบบใช้เจ้าหน้าที่ (manual) หรือทั้งสองอย่างรวมกัน โดยข้อกำหนด  
133 ของการกลั่นกรองรีวิวของผู้บริโภคมีรายละเอียดดังนี้

### 134 5.1 เงื่อนไขของการกลั่นกรองรีวิวของผู้บริโภค

135 เงื่อนไขที่ใช้ในการกลั่นกรองรีวิวของผู้บริโภค ควรมีดังนี้

- 136 (1) ตรวจสอบเนื้อหาของรีวิวให้เป็นไปตามข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งานเกี่ยวกับการเผยแพร่ การ  
137 ปฏิเสธ หรือการลบเนื้อหาของรีวิว
- 138 (2) กลั่นกรองเนื้อหาทั้งหมดที่ส่งมาหลังจากระบุได้ว่าผู้เขียนรีวิวเป็นบุคคลที่มีอยู่จริง
- 139 (3) ใช้วิธีการกลั่นกรองรีวิวที่สอดคล้องกับปริมาณของรีวิว
- 140 (4) สามารถระบุตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดและติดตามการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นกรอง  
141 รีวิวได้
- 142 (5) ใช้การจำกัดเวลาของการกลั่นกรองรีวิวที่เท่ากันกับรีวิวทั้งหมด ไม่ว่ารีวิวจะเป็นเชิงบวกหรือเชิงลบ
- 143 (6) ผู้ตรวจสอบรีวิวได้รับการฝึกอบรมและมีความสามารถในการปฏิบัติงาน
- 144 (7) รีวิวทั้งหมดได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่ขึ้นอยู่กับเนื้อหาของรีวิว
- 145 (8) ตรวจสอบภาษาที่ใช้ในการเขียนรีวิว

### 146 5.2 การวิเคราะห์เนื้อหาของรีวิว

147 ผู้ตรวจสอบรีวิวต้องมีกระบวนการกลั่นกรองรีวิวที่ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาของความคิดเห็น เพื่อให้  
148 มั่นใจว่าเป็นไปตามข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน โดยกระบวนการกลั่นกรองรีวิวสามารถอาศัยโปรแกรม  
149 คอมพิวเตอร์หรือเจ้าหน้าที่ในการวิเคราะห์เนื้อหาได้

150 การวิเคราะห์เนื้อหาของรีวิวควรตรวจสอบผู้เขียนรีวิวว่าเป็นบุคคลที่มีอยู่จริง ภาษาที่ใช้ในการเขียนรีวิว  
151 และพฤติกรรมของผู้เขียนรีวิว (เช่น ความถี่ในการเขียนรีวิว และประวัติของการเขียนรีวิว) โดยผลลัพธ์ของการ  
152 วิเคราะห์เนื้อหาของรีวิวต้องระบุได้ว่า รีวิวนั้นไม่มีเนื้อหาที่เป็นปัญหา หรือรีวิวนั้นเป็นรีวิวที่หลอกลวงหรือขัด  
153 ต่อข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน

### 154 5.3 การกลั่นกรองแบบอัตโนมัติ (automated moderation)

155 ผู้ตรวจสอบรีวิวควรใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เฉพาะในการกลั่นกรองเนื้อหาของรีวิวผู้บริโภคแบบ  
156 อัตโนมัติเพื่อให้สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว หรืออาจใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการดำเนินการ  
157 บางส่วน เช่น การกรองข้อมูล (filtering) หรือการแจ้งเตือนไปยังผู้ตรวจสอบรีวิว

158 ลักษณะเนื้อหาของรีวิวกที่สามารถอาศัยการกลั่นกรองแบบอัตโนมัติ เช่น เนื้อหาที่มีคำหยาบคายใน  
159 ข้อความ เนื้อหาที่มีข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เขียนรีวิว หรือเนื้อหาที่ไม่สามารถอ่านเข้าใจได้

160 ทั้งนี้ การเผยแพร่รีวิวผู้บริโภครที่ไม่ผ่านการกลั่นกรองแบบอัตโนมัติสามารถทำได้ ก็ต่อเมื่อได้มีการ  
161 กลั่นกรองแบบใช้เจ้าหน้าที่แล้วเท่านั้น

#### 162 5.4 การกลั่นกรองแบบใช้เจ้าหน้าที่ (manual moderation)

163 การกลั่นกรองแบบใช้เจ้าหน้าที่ต้องดำเนินการโดยเจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถในการกลั่นกรองเนื้อหา  
164 ของความคิดเห็นผู้บริโภค เพื่อให้สามารถวิเคราะห์และตัดสินใจที่จะเผยแพร่ ปฏิเสธ หรือลบรีวิวได้ นอกจากนี้  
165 เจ้าหน้าที่ควรสามารถเข้าถึงข้อมูล ดังนี้

- 166 (1) เนื้อหาทั้งหมดของรีวิวที่ส่งมา
- 167 (2) ประวัติของการส่งรีวิว (เช่น จำนวนครั้งที่มีการส่งรีวิวเหมือนเดิม หรือรีวิวที่เคยส่งในอดีตทั้งหมด  
168 ไม่ว่าจะได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธก็ตาม)
- 169 (3) ประวัติของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้เขียนรีวิว (เช่น จำนวนรีวิวที่เผยแพร่แล้ว)
- 170 (4) ข้อมูลในระบบจัดเก็บรีวิว ซึ่งอนุญาตให้ส่งต่อการกลั่นกรองรีวิวไปยังเจ้าหน้าที่คนอื่น

171 ทั้งนี้ การเผยแพร่รีวิวผู้บริโภครที่ไม่ผ่านการกลั่นกรองแบบใช้เจ้าหน้าที่สามารถทำได้ ก็ต่อเมื่อได้มีการ  
172 กลั่นกรองแบบอัตโนมัติแล้วเท่านั้น

#### 173 5.5 การปฏิเสธรีวิวของผู้บริโภค (ก่อนการเผยแพร่รีวิว)

174 ผู้ตรวจสอบรีวิวต้องปฏิเสธการเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภค หากพบว่ารีวิวชิ้นนั้นเป็นรีวิวที่หลอกลวง หรือไม่  
175 เป็นไปตามข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งานที่กำหนด อย่างไรก็ตาม ผู้ตรวจสอบรีวิวควรให้โอกาสผู้เขียนรีวิวใน  
176 การแก้ไขและส่งรีวิวที่ถูกปฏิเสธอีกครั้ง หากผู้ตรวจสอบรีวิวเชื่อว่าผู้เขียนรีวิวไม่ได้มีเจตนาในการละเมิด  
177 ข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน

#### 178 5.6 การลบรีวิวผู้บริโภคร (หลังการเผยแพร่รีวิว)

179 หากได้รับการร้องขอจากผู้เขียนรีวิว ผู้ตรวจสอบรีวิวต้องลบรีวิวผู้บริโภคร โดยผู้ตรวจสอบรีวิวอาจแสดง  
180 เครื่องหมายกำกับรีวิวที่ถูกลบพร้อมคำอธิบาย เช่น “รีวิวนี้ถูกลบโดยผู้เขียนรีวิว” และอาจจะบุนวันที่ลบรีวิวไว้  
181 ด้วย

182 หากพบว่าผู้เขียนรีวิวหรือเนื้อหาของรีวิวไม่เป็นไปตามข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน ผู้ตรวจสอบรีวิว  
183 ต้องลบรีวิวของผู้บริโภครที่เผยแพร่ไว้ก่อนหน้านี้ โดยผู้ตรวจสอบรีวิวอาจแสดงเครื่องหมายกำกับรีวิวที่ถูกลบ  
184 พร้อมคำอธิบาย เช่น “รีวิวนี้ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด” และอาจจะบุนวันที่ลบรีวิวไว้ด้วย นอกจากนี้ ผู้  
185 ตรวจสอบรีวิวควรแจ้งผู้เขียนรีวิวทราบถึงการลบรีวิวดังกล่าว โดยไม่จำเป็นต้องระบุเหตุผลของการลบรีวิวเพื่อ  
186 รักษาประสิทธิภาพของมาตรการป้องกันการทุจริต

187 อย่างไรก็ตาม ผู้ตรวจสอบรีวิวควรให้โอกาสผู้เขียนรีวิวในการแก้ไขรีวิวที่เผยแพร่แล้วและส่งรีวิวอีกครั้ง  
188 ในกรณีดังนี้

- 189 (1) ผู้เขียนรีวิวขอให้ลบเนื้อหาของรีวิวเดิมออกและขอส่งรีวิวใหม่แทน
- 190 (2) ผู้เขียนรีวิวปรับรีวิวด้วยการเขียนรีวิวที่แก้ไขเพิ่มเติมซึ่งโพสต์ไว้ได้รีวิวเดิม

191 (3) ผู้เขียนรีวิวกแก้ไขเนื้อหาของรีวิวที่มีอยู่แล้วให้เป็นเนื้อหาที่แก้ไขใหม่

192 ทั้งนี้ ผู้ตรวจสอบรีวิวควรแสดงเครื่องหมายกำกับรีวิวที่ถูกแก้ไขพร้อมคำอธิบาย เช่น “รีวิวนี้ออกแก้ไข  
193 โดยผู้เขียนรีวิว” และอาจจะบ่งชี้ที่แก้ไขรีวิวได้ด้วย

## 194 5.7 การประเมินและปรับปรุงกระบวนการกลั่นกรองรีวิว

195 ผู้ตรวจสอบรีวิวต้องมีการประเมินประสิทธิภาพของกระบวนการกลั่นกรองรีวิวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถ  
196 ใช้วิธีการดังนี้

197 (1) การสุ่มตัวอย่าง: ผู้ตรวจสอบรีวิวมีการสุ่มตัวอย่างของรีวิวตามหลักการทางสถิติและนำมา  
198 ตรวจสอบตามเกณฑ์ที่ระบุไว้ในข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน อย่างน้อยหนึ่งครั้งต่อปี

199 (2) การใช้รีวิวทดสอบ: ผู้ตรวจสอบรีวิวมีการสร้างรีวิวทดสอบที่ขัดกับเกณฑ์ที่ระบุไว้ในข้อตกลงและ  
200 เงื่อนไขการใช้งาน ส่งรีวิวทดสอบเข้าสู่กระบวนการกลั่นกรองรีวิว และตรวจสอบให้มั่นใจว่า  
201 กระบวนการกลั่นกรองรีวิวสามารถระบุรีวิวที่ไม่เป็นไปตามเกณฑ์และลบรีวิวทดสอบนั้นออกจาก  
202 ช่องทางออนไลน์

203 (3) การสำรวจผู้เขียนรีวิว: ผู้ตรวจสอบรีวิวมีการสุ่มตัวอย่างของผู้เขียนรีวิว โดยอาจจำเป็นต้องติดต่อ  
204 กับกลุ่มตัวอย่างของผู้เขียนรีวิวเพื่อตรวจสอบช่องทางการติดต่อและประสบการณ์ของผู้บริโภคที่มี  
205 ต่อสินค้าหรือบริการ ทั้งนี้ ผู้ตรวจสอบรีวิวต้องลบรีวิวที่ตรวจพบว่าผู้เขียนรีวิวหรือเนื้อหาของรีวิว  
206 ไม่เป็นไปตามข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน

207 ทั้งนี้ หากพบว่ารีวิวที่เผยแพร่แล้วเป็นรีวิวที่หลอกลวงหรือขัดต่อข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน ผู้  
208 ตรวจสอบรีวิวต้องมีการทบทวนมาตรการป้องกันการทุจริตและกระบวนการกลั่นกรองรีวิวของหน่วยงาน และ  
209 ปรับปรุงประสิทธิภาพให้ดีขึ้นตามความจำเป็น

## 210 6. ข้อกำหนดของการเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภค

211 รีวิวของผู้บริโภคที่ผ่านการกลั่นกรองต้องได้รับการเผยแพร่ทั้งหมดโดยไม่มีการแก้ไขเนื้อหาของรีวิวโดยผู้  
212 ตรวจสอบรีวิว ทั้งนี้ หลังการเผยแพร่รีวิวของผู้บริโภค ผู้ประกอบการสามารถตอบกลับรีวิวของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้า  
213 หรือบริการของผู้ประกอบการ และผู้เขียนรีวิวสามารถลบรีวิวของตนเองได้ โดยข้อกำหนดของการเผยแพร่รีวิวของ  
214 ผู้บริโภคมีรายละเอียดดังนี้

### 215 6.1 ความถูกต้องของรีวิว

216 รีวิวของผู้บริโภคต้องถูกแสดงและเผยแพร่ทั้งหมดโดยไม่มีการแก้ไขเนื้อหาของรีวิวโดยผู้ตรวจสอบรีวิว  
217 เพื่อให้มั่นใจว่ารีวิวของผู้บริโภคมีความถูกต้องและความโปร่งใส ทั้งนี้ หากมีการแสดงเนื้อหาของรีวิวเพียง  
218 บางส่วน รีวิวนั้นต้องมีลิงก์ที่เชื่อมโยงไปยังเนื้อหาของรีวิวฉบับเต็ม และหากมีการแปลรีวิวมาจากภาษาอื่น รีวิว  
219 นั้นต้องมีเครื่องหมายกำกับและลิงก์ที่เชื่อมโยงไปยังรีวิวที่เป็นภาษาต้นฉบับ

### 220 6.2 การแสดงผลเริ่มต้นของรีวิว

221 การแสดงผลเริ่มต้น (default display) ของรีวิวควรระบุวันที่ส่งรีวิว (review submission date) ไว้กับ  
222 รีวิวแต่ละอัน และมีการแสดงรีวิวเรียงตามลำดับเวลา (chronological display) ของวันที่ส่งรีวิวจากล่าสุดไป

223  
224  
225  
226  
227  
228  
229  
230  
231  
232  
233  
234  
235  
236  
237  
238  
239  
240  
241  
242  
243  
244  
245  
246  
247  
248  
249  
250  
251  
252  
253  
254  
255  
256

เก่าที่สุด

หากผู้ตรวจสอบรีวิวไม่ได้ตั้งค่าเริ่มต้นให้แสดงรีวิวเรียงตามลำดับเวลา ผู้ตรวจสอบรีวิวต้องระบุวิธีการกรองข้อมูล (filtering) ที่ใช้แสดงรีวิว และมีตัวเลือกให้ผู้ใช้งานสามารถแสดงรีวิวเรียงตามลำดับเวลาได้

หากผู้ตรวจสอบรีวิวมีข้อมูลวันที่ผู้บริโภคได้รับบริการจากผู้ประกอบการ (consumer experience date) ผู้ตรวจสอบรีวิวสามารถระบุวันที่ผู้บริโภคได้รับบริการไว้กับรีวิวแต่ละอัน และเปิดให้ผู้ใช้งานสามารถกรองข้อมูลเพื่อแสดงรีวิวตามวันที่ผู้บริโภคได้รับบริการได้

นอกจากนี้ การแสดงผลเริ่มต้นของรีวิวอาจระบุคะแนนความพึงพอใจโดยรวม (overall rating) ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่คำนวณจากคะแนนความพึงพอใจของผู้เขียนรีวิวทั้งหมดที่มีต่อสินค้าหรือบริการนั้น

### 6.3 การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เขียนรีวิว

ผู้ตรวจสอบรีวิวควรแยกข้อมูลโพรไฟล์ของผู้เขียนรีวิวที่จะแสดงต่อสาธารณะบนช่องทางออนไลน์ ออกจากข้อมูลส่วนบุคคลอื่น ๆ ที่ผู้เขียนรีวิวให้ไว้ในขั้นตอนการลงทะเบียน โดยข้อมูลส่วนบุคคลควรเข้าถึงได้เฉพาะผู้ตรวจสอบรีวิวและผู้เขียนรีวิวที่เกี่ยวข้องเท่านั้น

นอกจากนี้ ผู้เขียนรีวิวควรมีอำนาจควบคุมการเผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคลของตนเอง และการตั้งค่าเริ่มต้นของระบบควรมีการรักษาความเป็นส่วนตัวและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เขียนรีวิว

### 6.4 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมต่อสินค้าหรือบริการ

ผู้ตรวจสอบรีวิวควรรวมคะแนนความพึงพอใจที่ประเมินโดยผู้เขียนรีวิวแต่ละคน และนำไปคำนวณเป็นคะแนนความพึงพอใจโดยรวม (overall rating) สำหรับสินค้าหรือบริการแต่ละรายการ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบระหว่างสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ได้ง่าย โดยมีข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับคะแนนความพึงพอใจโดยรวม ดังนี้

- (1) ผู้ตรวจสอบรีวิวควรคำนวณคะแนนความพึงพอใจโดยรวมตามหลักการทางคณิตศาสตร์ที่มีความเป็นกลาง
- (2) ผู้ตรวจสอบรีวิวควรแจ้งให้ผู้บริโภคทราบถึงวิธีการที่ใช้คำนวณคะแนนความพึงพอใจโดยรวม (เช่น วิธีการรวบรวมคะแนนความพึงพอใจ วิธีการกำหนดค่าน้ำหนักคะแนน)
- (3) ผู้ตรวจสอบรีวิวควรตรวจสอบให้มั่นใจว่าคะแนนความพึงพอใจโดยรวมได้รับการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเมื่อมีการเผยแพร่รีวิวใหม่
- (4) ผู้ตรวจสอบรีวิวควรตรวจสอบให้มั่นใจว่าการแจ้งรายงานรีวิวโดยผู้ใช้งานจะไม่ส่งผลต่อการคำนวณคะแนนความพึงพอใจโดยรวม จนกว่ารีวิวที่เป็นปัญหาจะถูกลบ
- (5) ผู้ตรวจสอบรีวิวควรแสดงคะแนนความพึงพอใจโดยรวมสำหรับสินค้าหรือบริการแต่ละรายการ พร้อมกับจำนวนรีวิวทั้งหมด
- (6) การคำนวณคะแนนความพึงพอใจโดยรวมต่อสินค้าหรือบริการควรพิจารณาเฉพาะคะแนนความพึงพอใจของรีวิวที่ส่งมาภายในระยะเวลาที่ผู้ตรวจสอบรีวิวกำหนดเท่านั้น
- (7) หากระยะเวลาสิ้นสุดของการส่งรีวิวเพื่อจะนำไปคำนวณคะแนนความพึงพอใจโดยรวม สั้นกว่าระยะเวลาสิ้นสุดของการส่งรีวิว ผู้ตรวจสอบรีวิวควรระบุระยะเวลาสิ้นสุดไว้ในข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน

257 **6.5** **ระยะเวลาของการเผยแพร่รีวิว**

258 รีวิวของผู้บริโภคไม่ว่าจะเป็นเชิงบวกหรือเชิงลบควรได้รับการเผยแพร่โดยเร็วที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ เพื่อ  
259 ไม่ให้เกิดอคติต่อการประเมินสินค้าหรือบริการเนื่องจากการเผยแพร่ล่าช้าโดยไม่จำเป็น ทั้งนี้ รีวิวควรได้รับ  
260 การเผยแพร่ภายใน 72 ชั่วโมง และอย่างช้าไม่เกิน 1 เดือนหลังจากวันที่ส่งรีวิว

261 **6.6** **การแจ้งรายงานรีวิวที่ไม่เหมาะสม**

262 ผู้ตรวจสอบรีวิวต้องเปิดให้ผู้เขียนรีวิว ผู้ใช้งาน และผู้ประกอบการของสินค้าหรือบริการที่ได้รับรีวิว  
263 สามารถแจ้งรายงานรีวิวที่มีลักษณะดังนี้

- 264 (1) รีวิวที่มีเนื้อหาที่ผิดกฎหมายหรือเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม (เช่น เนื้อหาที่ไม่เกี่ยวข้องกับลักษณะของ  
265 สินค้าหรือบริการนั้น)
- 266 (2) รีวิวที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่ามีเจตนาที่จะทำลายชื่อเสียงของสินค้าหรือบริการนั้น โดยมี  
267 วัตถุประสงค์เพื่อรับสิ่งตอบแทนทางการเงินหรือสิ่งตอบแทนอื่น ๆ
- 268 (3) รีวิวที่ขัดต่อข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งานของช่องทางออนไลน์

269 ทั้งนี้ รีวิวที่ถูกแจ้งรายงานต้องได้รับการกลั่นกรองแบบใช้เจ้าหน้าที่ (manual moderation) เพิ่มเติม  
270 เพื่อตรวจสอบว่าเป็นไปตามข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งานหรือไม่ หากตรวจสอบแล้วพบว่ารีวิวนั้นมีเนื้อหาที่ผิด  
271 กฎหมาย มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม หรือขัดต่อข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน ผู้ตรวจสอบรีวิวต้องลบรีวิวนั้นออก

272 อย่างไรก็ตาม ในช่วงเวลาระหว่างการกลั่นกรองแบบใช้เจ้าหน้าที่เพิ่มเติมนี้ ผู้ตรวจสอบรีวิวอาจลบ  
273 การเผยแพร่รีวิวที่ถูกแจ้งรายงานออกชั่วคราว และควรตอบกลับเหตุผลให้แก่บุคคลที่แจ้งรายงานรีวิว

274 **6.7** **สิทธิในการตอบกลับรีวิวโดยผู้ประกอบการ**

275 ผู้ตรวจสอบรีวิวควรอนุญาตให้ผู้ประกอบการสามารถตอบกลับรีวิวของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการ  
276 ของผู้ประกอบการ เพื่อวัตถุประสงค์ในการส่งข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ การขอบคุณผู้เขียนรีวิว  
277 หรือการชี้แจงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับสินค้าหรือบริการหลังจากได้รับรีวิว ทั้งนี้ ผู้ตรวจสอบรีวิวควร  
278 ตรวจสอบให้มั่นใจว่าผู้เขียนข้อความตอบกลับคือผู้ประกอบการหรือตัวแทนที่ได้รับอนุญาตของผู้ประกอบการ  
279 นั้น

280 ผู้ตรวจสอบรีวิวควรกลั่นกรองข้อความตอบกลับของผู้ประกอบการด้วยกระบวนการและเกณฑ์เดียวกัน  
281 กับการกลั่นกรองรีวิวของผู้บริโภค และเผยแพร่ข้อความตอบกลับของผู้ประกอบการไว้ใต้รีวิวที่เกี่ยวข้องโดยไม่  
282 ซ้ำซ้ำ นอกจากนี้ ผู้ตรวจสอบรีวิวควรเปิดให้แจ้งรายงานและลบข้อความตอบกลับที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสมใน  
283 ลักษณะเดียวกันกับรีวิวของผู้บริโภค

284 **6.8** **การเก็บรักษาข้อมูลหลังจากการลบรีวิวของผู้บริโภค**

285 หลังจากการลบรีวิวของผู้บริโภคออกจากช่องทางออนไลน์ (หัวข้อ 5.6) ผู้ตรวจสอบรีวิวควรเก็บรักษา  
286 รายการของรีวิวทั้งหมดที่ถูกลบ ข้อมูลทั้งหมดที่แนบกับรีวิวนั้น รวมถึงเหตุผลของการลบรีวิว เป็นระยะเวลา  
287 อย่างน้อย 1 ปีหลังจากวันที่ลบรีวิว

288 นอกจากนี้ ผู้ตรวจสอบรีวิวควรเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลไว้ไม่เกินระยะเวลาตามวัตถุประสงค์ในการ  
289 เก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลที่แจ้งไว้ในข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน และผู้ตรวจสอบรีวิวควรคำนึงถึง



290 ภาชนะที่ตามมากฎหมายในการลบหรือทำลายข้อมูลส่วนบุคคลเมื่อพ้นกำหนดระยะเวลาการเก็บรักษาข้อมูล  
291 ส่วนบุคคล

292 **6.9 การเผยแพร่รีวิวที่มาจากช่องทางออนไลน์อื่น**

293 ในกรณีที่ผู้ตรวจสอบรีวิวเผยแพร่รีวิวที่มาจากช่องทางออนไลน์อื่นซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ระบุไว้ใน  
294 ข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน ผู้ตรวจสอบรีวิวต้องระบุให้ทราบอย่างชัดเจนว่ารีวิวนั้นมาจากช่องทางออนไลน์  
295 อื่น ทั้งนี้ ผู้ตรวจสอบรีวิวต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของการเผยแพร่รีวิวผู้บริโภคสำหรับรีวิวทั้งหมด ซึ่งรวมถึง  
296 รีวิวที่มาจากช่องทางออนไลน์อื่นด้วย

ห้ามใช้หรือยัดร่างขึ้นข้อมูลเสนอแนะมาตราฐาน

297

ภาคผนวก ก.

298

คำแนะนำเพิ่มเติมสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับรีวิวของผู้บริโภค

299

ก.1 คำแนะนำสำหรับผู้ประกอบการ

300

(1) ผู้ประกอบการควรส่งเสริมให้ผู้บริโภคเขียนรีวิวของตนเองอย่างเสรีและตรงไปตรงมา

301

(2) ผู้ประกอบการควรตระหนักว่ารีวิวของผู้บริโภคส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นเชิงบวกหรือเชิงลบ มีแนวโน้มที่จะสะท้อนตามความเป็นจริง

302

303

(3) เมื่อได้รับรีวิวเชิงลบ ผู้ประกอบการควรรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและตอบกลับรีวิวอย่างตรงไปตรงมาและให้ข้อมูลที่โปร่งใสต่อผู้บริโภคโดยทั่วไป

304

305

(4) ผู้ประกอบการควรติดต่อผู้ตรวจสอบรีวิวหรือหน่วยงานที่เผยแพร่รีวิว ในกรณีที่สงสัยว่ามีการปลอมแปลงรีวิว

306

307

(5) ผู้ประกอบการไม่ควรให้สิ่งตอบแทนหรือติดสินบนผู้บริโภคเพื่อแลกกับการเขียนรีวิวเชิงบวก

308

(6) ผู้ประกอบการไม่ควรเขียนรีวิวเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของตนเองหรือของคู่แข่งทางธุรกิจ

309

(7) ผู้ประกอบการควรตรวจสอบให้มั่นใจว่าหน่วยงานด้านการตลาดหรือบุคคลอื่นที่เป็นตัวแทนของผู้ประกอบการ ไม่มีการปลอมแปลงรีวิวเพื่อเพิ่มปริมาณรีวิวเชิงบวกหรือเพิ่มคะแนนความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการเอง

310

311

312

ก.2 คำแนะนำสำหรับผู้บริโภค

313

(1) ผู้บริโภคควรเขียนรีวิวที่ตรงไปตรงมาตามประสบการณ์ส่วนตัวที่มีต่อสินค้าหรือบริการ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคคนอื่น

314

315

(2) ผู้บริโภคไม่ควรรับสิ่งตอบแทนเพื่อแลกกับการเขียนรีวิวเชิงบวก

316

(3) ผู้บริโภคไม่ควรข่มขู่ผู้ประกอบการด้วยการเขียนรีวิวเชิงลบเพื่อแลกกับการได้มาซึ่งผลประโยชน์จากผู้ประกอบการ

317

318

(4) หากเกิดปัญหาหรือข้อบกพร่องจากสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคควรพยายามแจ้งข้อร้องเรียนและแก้ไขปัญหากับผู้ประกอบการก่อน เนื่องจากการเขียนรีวิวไม่ได้เป็นช่องทางการแจ้งข้อร้องเรียน อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการอาจนำวิธีการที่ผู้ประกอบการจัดการกับข้อร้องเรียนมาใช้พิจารณาในการเขียนรีวิวของผู้บริโภค

319

320

321

322

(5) ผู้บริโภคควรหลีกเลี่ยงการเขียนรีวิวที่มีการโจมตีเจ้าหน้าที่หรือเจ้าของธุรกิจเป็นการส่วนตัว

323

(6) ผู้บริโภคที่อ่านรีวิวเพื่อเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ ควรตระหนักว่าผู้บริโภคแต่ละคนมีความต้องการและลักษณะความชอบที่ไม่เหมือนกัน รีวิวของผู้บริโภคและคะแนนความพึงพอใจสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการเลือกซื้อได้ แต่ขึ้นอยู่กับผู้บริโภคเองที่จะต้องตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการที่เหมาะสมกับตนเองที่สุด

324

325

326

327

ก.3 คำแนะนำในกรณีที่มีความขัดแย้งระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบการ

328

เนื่องจากรีวิวของผู้บริโภคและคะแนนความพึงพอใจไม่ใช่การรับรองคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ดังนั้น ผู้บริโภคจึงไม่สามารถนำรีวิวมาใช้ในการร้องเรียนเรื่องคุณภาพของสินค้าหรือบริการเพื่อขอคืนเงินหรือ

329

330 เรียกร้องค่าชดเชยได้ ทั้งนี้ ในกรณีที่มีความขัดแย้งกับผู้ประกอบการหรือบุคคลที่สามที่จัดการรีวิว ผู้บริโภค  
331 ควรดำเนินการดังต่อไปนี้ตามความเหมาะสมในแต่ละกรณี

- 332 (1) ผู้บริโภคควรติดต่อผู้ประกอบการหรือบุคคลที่สามที่จัดการรีวิวเพื่อแจ้งปัญหา และมุ่งหาแนว  
333 ทางการแก้ไขปัญหาร่วมกันจากการเจรจาต่อรอง
- 334 (2) ผู้บริโภคควรแจ้งข้อร้องเรียนอย่างเป็นทางการ และมีหลักฐานที่สามารถสนับสนุนข้อร้องเรียน เช่น  
335 ใบเสร็จรับเงิน หรือหนังสือสัญญา
- 336 (3) หากมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ผู้บริโภคควรขอคำแนะนำจาก  
337 ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย และหากจำเป็น ให้รายงานประเด็นปัญหาไปยังหน่วยงานด้านการ  
338 ค้ำครองผู้บริโภค

339 ในทางกลับกัน ในกรณีที่มีความขัดแย้งกับผู้บริโภค ผู้ประกอบการหรือบุคคลที่สามที่จัดการรีวิว ควร  
340 ดำเนินการดังต่อไปนี้ตามความเหมาะสมในแต่ละกรณี

- 341 (1) ผู้ประกอบการหรือบุคคลที่สามที่จัดการรีวิวควรมุ่งหาแนวทางการแก้ไขปัญหาโดยตรงกับผู้บริโภค  
342 ในลักษณะที่เป็นมิตร
- 343 (2) ผู้ประกอบการหรือบุคคลที่สามที่จัดการรีวิวควรแจ้งให้ผู้บริโภคทราบถึงช่องทางการแจ้งข้อ  
344 ร้องเรียนอย่างเป็นทางการ
- 345 (3) ผู้ประกอบการหรือบุคคลที่สามที่จัดการรีวิวควรตระหนักถึงขอบเขตของกฎหมาย และแจ้งให้  
346 ผู้บริโภคทราบเพื่อให้มั่นใจว่าหน่วยงานมีมาตรการที่เหมาะสมเพื่อคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัว  
347 และข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค

348

## บรรณานุกรม

349

- [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.

350

ห้ามใช้หรือยัดรา้งนเป็นข้อเสนอนะมาตราชาน