Trong bối cảnh mua sắm trực tuyến ngày càng phổ biến, các đánh giá sản phẩm (review) đóng vai trò quan trọng trong việc định hướng quyết định của người tiêu dùng. Tuy nhiên, không phải đánh giá nào cũng có giá trị như nhau. Nghiên cứu này nhằm đánh giá độ tin cậy của các đánh giá sản phẩm trên sàn thương mại điện tử Tiki thông qua việc ứng dụng các phương pháp học máy. Cụ thể, mô hình được huấn luyện để phân tích các đặc trưng văn bản và hình ảnh có tính liên quan hay không nhằm dự đoán mức độ hữu ích của từng nhận xét. Kết quả cho thấy một số đặc trưng như độ dài bình luận, mức độ cảm xúc, và sự cụ thể trong nội dung có ảnh hưởng đáng kể đến tính hữu ích của đánh giá. Hướng tiếp cận này không chỉ góp phần nâng cao trải nghiệm người dùng, mà còn có tiềm năng hỗ trợ các nền tảng thương mại điện tử trong việc sàng lọc và ưu tiên hiển thị những đánh giá đáng tin cậy