

This file has been cleaned of potential threats.

If you confirm that the file is coming from a trusted source, you can send the following SHA-256 hash value to your admin for the original file.

c1c5109eda880f4316462e84f7c6a3b250029e10f35010eef63b0c9dadbb29c3

To view the reconstructed contents, please SCROLL DOWN to next page.

SAC-01-008

สิทธิเลิกสัญญาของผู้บริโภคในสัญญาประกันวินาศภัย

The Right of Withdrawal for Consumers in General Insurance Contracts

นางสาวณัฐนิชา พรหมหอม*

Miss Natnicha Promhom*

นิสิตในหลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Student, Master of Law Program Faculty of Law, Chulalongkorn University

natnicha.promhom@gmail.com

บทคัดย่อ

มนุษย์ในสังคมต่างต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในชีวิตประจำวันหลากหลายรูปแบบ การประกันภัยเป็นเครื่องมือทางเศรษฐกิจและเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่มนุษย์ใช้ปกป้องตนเองจากผลกระทบทางการเงินที่อาจเกิดขึ้นจากความเสียหายและความไม่แน่นอนต่าง ๆ ด้วยกรรมธรรมอันเป็นหลักฐานแห่งสัญญา ประกันวินาศภัยมีลักษณะเป็นสัญญาสำเร็จรูปที่ฝ่ายผู้รับประกันภัยโดยอาศัยความรู้ความเชี่ยวชาญทางธุรกิจจัดทำขึ้นไว้แล้ว ซึ่งมีได้เปิดโอกาสอย่างแท้จริงให้ผู้บริโภคสามารถต่อรองเงื่อนไขของสัญญาได้ แนวคิดที่เกี่ยวข้องในการคุ้มครองผู้บริโภคประการหนึ่งคือการกำหนดระยะเวลาช่วงหนึ่งขึ้นภายหลังจากที่ได้ผูกพันตามสัญญาให้ผู้บริโภคเลิกสัญญาโดยอิสระภายในระยะเวลาดังกล่าวได้ เพื่อเป็นโอกาสในการตรวจสอบ ทำความเข้าใจตัวสินค้า รวมถึงเนื้อหาในสัญญาบางประเภทที่มีความยุ่งยากซับซ้อน หรือในสัญญาที่ถูกจัดเตรียมไว้ล่วงหน้าจากคู่สัญญาฝ่ายผู้ประกอบการธุรกิจ บทความนี้จึงมุ่งศึกษาว่าเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคที่อาจเสียเปรียบในการเข้าผูกพันตามสัญญาสำเร็จรูปให้ได้ตรวจสอบและทำความเข้าใจตัวสัญญา มีความเหมาะสมในการกำหนดระยะไต่ตรองในสัญญาประกันวินาศภัยเพื่อเป็นสิทธิเลิกสัญญาของผู้บริโภคหรือไม่ โดยการศึกษาจากลักษณะของสัญญาประกันวินาศภัย แนวคิดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสัญญาและการคุ้มครองผู้บริโภค มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในสัญญาประกันวินาศภัยในต่างประเทศและประเทศไทย ผู้เขียนได้ผลการศึกษาวิเคราะห์ว่าควรมีกฎกำหนดให้สิทธิเลิกสัญญาภายในระยะไต่ตรองแก่ผู้บริโภคในสัญญาประกันวินาศภัย และมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการเสนอขายกรรมธรรมควรถูกกำหนดให้สิทธิเลิกสัญญาภายในระยะไต่ตรองนี้เป็นข้อมูลกรรมธรรมที่จะต้องเปิดเผยเพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้บริโภคด้วย ทั้งนี้ พบว่ามาตรการคุ้มครองผู้บริโภคในสัญญาประกันวินาศภัยของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นศึกษานี้ยังมีปัญหาบางประการที่ทำให้ผู้บริโภคในสัญญาประกันวินาศภัยไม่ได้รับความคุ้มครองอย่างเหมาะสม

คำสำคัญ การคุ้มครองผู้บริโภค ประกันวินาศภัย สิทธิเลิกสัญญา

Abstract

Individuals in society are constantly exposed to various forms of uncertainty and risk in their daily lives. Insurance functions as an economic tool and a form of consumer behavior aimed at protecting individuals from potential financial consequences arising from such risks. Insurance policies, which serve as evidence of general insurance contracts, are typically unilaterally prepared by insurers based on their business expertise and presented in standard form, which does not afford consumers a realistic opportunity to bargain over the terms. One approach in consumer protection involves the inclusion of a cooling-off period, a designated timeframe after contract conclusion during which consumers may withdraw from the contract. This period offers consumers an opportunity to review and understand the product and contract terms, particularly in complex or pre-drafted agreements. This study examines the characteristics of general insurance contracts, legal concepts related to contracts and

consumer protection, and legal measures concerning consumer protection in general insurance contracts in selected foreign jurisdictions and Thailand. It concludes that consumers should be granted the right to terminate general insurance contracts within such a period, and that this right should be clearly disclosed during the offering of the insurance policy. The study also identifies gaps in Thailand's current legal measures that result in inadequate protection for consumers.

Keywords Consumers Protection, General Insurance, Right of Withdrawal

บทนำ

มนุษย์ในสังคมต่างต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในชีวิตประจำวันหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นความเสี่ยงต่อชีวิต สุขภาพ ทรัพย์สิน รายได้ หรือการประกอบธุรกิจ ความเสี่ยงเหล่านี้อาจเกิดจากเหตุการณ์ธรรมชาติอย่างอุบัติเหตุ ไปจนถึงเหตุการณ์รุนแรงที่ไม่อาจคาดการณ์ล่วงหน้า เช่น ภัยธรรมชาติ ภัยพิบัติ หรือโรคระบาด การประกันภัยเป็นระบบที่ให้ผู้ได้รับผลกระทบจากความเสียหายบางอย่างสามารถได้รับการชดเชยความสูญเสียที่เกิดจากภัยนั้น โดยระบบการประกันภัยเกิดจากการรวมกลุ่มของผู้คนจำนวนมากซึ่งมีลักษณะความเสี่ยงคล้ายคลึงกัน เพื่อจ่ายเบี้ยประกันภัยให้แก่ผู้รับประกันภัยซึ่งทำหน้าที่บริหารความเสี่ยงเหล่านั้น วัตถุประสงค์ของการประกันภัยคือการกระจายต้นทุนความเสียหายของคนส่วนน้อยที่ประสบเหตุร้ายให้คนจำนวนมากสามารถร่วมกันแบ่งเบา การเอาประกันภัยจึงเป็นเครื่องมือทางเศรษฐกิจที่มีต้นทุนที่สามารถบริหารจัดการได้ โดยต้นทุนในที่นี้คือค่าเบี้ยประกันภัย เพื่อที่จะได้รับประโยชน์การชดเชยหรือบรรเทาความเสียหายทางการเงินในจำนวนที่ร้ายแรง การทำสัญญาประกันภัยจึงเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่มนุษย์ใช้เป็นวิธีป้องกันตนเองจากผลกระทบทางการเงินที่อาจเกิดขึ้นจากความเสียหายต่าง ๆ ไม่ให้ต้องยากจนลงเพราะต้องแบกรับความเสียหายร้ายแรงนั้นไว้เอง ฝ่ายธุรกิจประกันภัยก็มุ่งที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยให้ครอบคลุมความเสี่ยงภัยรูปแบบต่าง ๆ ที่มนุษย์อาจพบเจอเพื่อให้ธุรกิจสามารถให้บริการแก่การรวมกลุ่มของความเสียหายได้หลากหลายยิ่งขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงของสังคมและยุคสมัย

กรมธรรม์อันเป็นหลักฐานแห่งสัญญาประกันวินาศภัยมีลักษณะเป็นสัญญาสำเร็จรูปที่ฝ่ายบริษัทประกันภัยหรือผู้รับประกันภัยโดยอาศัยความรู้ความเชี่ยวชาญทางธุรกิจจัดทำขึ้นไว้แล้ว ทำให้ผู้บริโภคที่ประสงค์เข้าทำสัญญาในฐานะผู้เอาประกันภัยจึงมิได้มีส่วนในการร่างหรือต่อรองแก้ไขในข้อสัญญาต่างๆ ซึ่งถูกจัดทำไว้ล่วงหน้าแล้วได้ กรมธรรม์จึงมักมีปัญหาว่ามีข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมอยู่มาก หรือมีข้อที่ผู้บริโภคไม่ได้รับข้อมูลอย่างถูกต้องในเวลาเสนอขาย ในขณะที่สิทธิสำคัญประการหนึ่งของผู้บริโภคคือสิทธิที่จะได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอในการตัดสินใจก่อนเข้าผูกพันตามสัญญา จึงมีแนวคิดที่เกี่ยวข้องในการคุ้มครองผู้บริโภคที่อนุญาตให้มีระยะเวลาช่วงหนึ่งขึ้นภายหลังจากที่ได้ผูกพันตามสัญญาให้ผู้บริโภคเลิกสัญญาโดยอิสระภายในระยะเวลาดังกล่าวได้โดยไม่มีโทษ เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีระยะเวลาตามสมควรเพื่อเป็นโอกาสในการตรวจสอบและทำความเข้าใจตัวสินค้า รวมถึงเนื้อหาในสัญญาบางประเภทที่มีความยุ่งยากซับซ้อน หรือที่ฝ่ายผู้บริโภคไม่ได้มีส่วนร่วมในการจัดทำสัญญาซึ่งถูกจัดเตรียมไว้ล่วงหน้าจากคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งแล้วหรือที่เรียกว่าสัญญาสำเร็จรูป จึงมีประเด็นควรศึกษาว่าเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคที่อาจเสียเปรียบในการเข้าผูกพันตามสัญญาสำเร็จรูปให้ได้ตรวจสอบและทำความเข้าใจตัวสัญญา มีความเหมาะสมในการกำหนดระยะไต่ตรองในสัญญาประกันวินาศภัยเพื่อเป็นสิทธิเลิกสัญญาของผู้บริโภคหรือไม่

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะของสัญญาประกันวินาศภัย และแนวคิดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในสัญญาประกันวินาศภัย
2. เพื่อศึกษามาตรการคุ้มครองผู้บริโภคในสัญญาประกันวินาศภัยในต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่มุ่งศึกษา
3. เพื่อศึกษามาตรการคุ้มครองผู้บริโภคในสัญญาประกันวินาศภัยของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่มุ่งศึกษา
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมในการมีมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่มุ่งศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยทางเอกสาร (Documentary Research) เป็นหลัก โดยทำการศึกษาจากลักษณะของสัญญาประกันวินาศภัย แนวคิดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสัญญาและการคุ้มครองผู้บริโภค มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในสัญญาประกันวินาศภัยในต่างประเทศและประเทศไทย เพื่อนำมาข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าวิเคราะห์และอภิปรายผลการศึกษา

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาลักษณะของสัญญาประกันวินาศภัย แนวคิด และมาตรการทางกฎหมาย ดังนี้

ลักษณะการทำสัญญาประกันวินาศภัยในธุรกิจประกันวินาศภัย

“สัญญาประกันภัย” คือสัญญาซึ่งบุคคลคนหนึ่งตกลงจะใช้ค่าสินไหมทดแทน หรือใช้เงินจำนวนหนึ่งให้ในกรณีวินาศภัย หากมีขึ้น หรือในเหตุอย่างอื่นในอนาคตดังได้ระบุไว้ในสัญญา และในการนี้บุคคลอีกคนหนึ่งตกลงจะส่งเงินซึ่งเรียกว่าเบี้ยประกันภัย

เป็นสัญญาที่มีกรรมธรรมเป็นเอกสารอันเป็นหลักฐานของสัญญา กรรมธรรม (Policy) เป็นคำที่มาจากภาษาอิตาลีว่า Polizza มีความหมายว่าข้อตกลงหรือสัญญา กรรมธรรมประกันภัยเป็นเอกสารที่ผู้รับประกันภัยจัดทำและต้องส่งมอบให้ผู้เอาประกันภัย ซึ่งเป็นเอกสารอันเป็นหลักฐานของสัญญาที่มีลายมือชื่อของผู้รับประกันภัยและแสดงรายละเอียดของสัญญา เช่น วัตถุประสงค์เอาประกันภัย จำนวนเงินเอาประกันภัย ชื่อผู้เอาประกันภัย ชื่อผู้รับประกันภัย วันที่สัญญาเริ่มต้นและสิ้นสุด และอื่น ๆ ตามที่กฎหมายกำหนด ตลอดจนเงื่อนไขเกี่ยวกับประโยชน์ สิทธิและหน้าที่ของคู่สัญญา

การเกิดขึ้นของสัญญา โดยทั่วไปแล้ว การเกิดขึ้นของสัญญาประกันวินาศภัยจึงเกิดจากการที่ผู้รับประกันภัยจัดทำเอกสารอย่างหนึ่งไว้เรียกว่า ใบคำขอเอาประกันภัย (Application Form For Insurance หรือ Proposal Form For Insurance) เพื่อให้ผู้ที่สนใจเข้าเอาประกันภัยได้ให้ข้อความตามแบบคำขอเอาประกันภัยดังกล่าว กระบวนการนี้มักเกิดขึ้นโดยตัวแทนหรือนายหน้าที่จะทำการชักชวนให้ผู้สนใจเข้าเอาประกันภัยได้ให้ข้อความ แนะนำอำนวยความสะดวกในการกรอกใบคำขอเอาประกันภัยดังกล่าว เมื่อฝ่ายผู้รับประกันภัยได้ใช้ข้อมูลในการประเมินความเสี่ยงว่าจะสามารถรับประกันภัยได้หรือไม่ สัญญาประกันภัยจะเกิดขึ้นทันทีเมื่อคำสนอง (Acceptance) ของผู้รับประกันภัยตรงกับคำเสนอของผู้ขอเอาประกันภัยทุกประการ ผู้ขอเอาประกันภัยจะมีสถานภาพเป็นผู้เอาประกันภัยทันที ถึงแม้ว่าผู้รับประกันภัยยังไม่ได้ออกกรรมธรรมประกันภัยก็ตาม (สมาคมประกันวินาศภัยไทย, 2564) แต่หากผู้รับประกันภัยไม่รับประกันภัย อาจด้วยเหตุที่เห็นว่าผู้ขอเอาประกันภัยนั้นมีความเสี่ยงภัยในระดับที่หากรับประกันภัยไว้ตามเงื่อนไขของผลิตภัณฑ์นั้นๆ อาจจะไม่คุ้มค่าที่ดีหรือด้วยเหตุปัจจัยอื่นๆ ที่ได้พิจารณาแล้วก็ดี ก็อาจปฏิเสธคำขอรับประกันภัยนั้นเสียได้

ในทางปฏิบัติ ภายหลังจากที่ผู้รับประกันภัยได้ตอบรับคำขอเอาประกันภัยของผู้เอาประกันภัยแล้ว อาจยังต้องใช้เวลาอีกระยะเวลาหนึ่งในการออกกรรมธรรมประกันภัยให้แก่ผู้เอาประกันภัยได้ ในช่วงระหว่างเวลาการออกกรรมธรรมนี้ผู้เอาประกันภัยย่อมสามารถร้องขอให้ผู้รับประกันภัยออก หนังสือคุ้มครองชั่วคราว (Cover Note) ให้ได้ หนังสือคุ้มครองชั่วคราวดังกล่าวเป็นเอกสารที่ใช้แสดงหลักฐานถึงการให้ความคุ้มครองของผู้รับประกันภัยในช่วงเวลาที่จำกัด เช่น เป็นระยะเวลา 30 วัน ก่อนที่ผู้รับประกันภัยจะออกกรรมธรรมประกันภัยฉบับจริงให้

ช่องทางการเสนอขาย ในธุรกิจประกันวินาศภัยไทยปัจจุบัน มีช่องทางการเสนอขายกรรมธรรม์ได้ดังต่อไปนี้

1. การเสนอขายกรรมธรรม์ประกันภัยโดยพนักงานหรือลูกจ้างของบริษัท ตัวแทน หรือนายหน้าประกันวินาศภัย คือการเสนอขายโดยการพบกันระหว่างผู้มุ่งหวังและพนักงานหรือลูกจ้างของบริษัท หรือคนกลางประกันภัย (Insurance Intermediaries) ได้แก่ ตัวแทนและนายหน้า ซึ่งถือเป็นช่องทางพื้นฐานของธุรกิจประกันภัยในประเทศไทย โดยเฉพาะการขายผ่านนายหน้า (Broker) พบว่าเป็นช่องทางหลักสำหรับการขายประกันภัยในทุกประเภท และยังมีสัดส่วนสูงขึ้นเรื่อย ๆ

ตัวแทนประกันภัย (Insurance Agent) หมายความว่า ผู้ซึ่งบริษัทมอบหมายให้ทำการชักชวนให้บุคคลทำสัญญาประกันภัยกับบริษัทประกันภัยที่ตนสังกัดอยู่ รายได้ของตัวแทนประกันภัยมาจากค่าบำเหน็จซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการขายกรรมธรรม์ประกันภัย และในบางบริษัทอาจจะให้ค่าตอบแทนในรูปแบบอื่นๆ เพิ่มเติมด้วย ขึ้นอยู่กับนโยบายหรือเงื่อนไขที่ได้ทำสัญญาดังกล่าวระหว่างตัวแทนประกันภัยกับบริษัทประกันภัย ส่วนนายหน้าประกันภัย (Insurance Broker) หมายความว่า ผู้ซึ่งบริษัทมอบหมายให้ทำการชักชวนให้บุคคลทำสัญญาประกันภัยกับบริษัท โดยกระทำเพื่อบำเหน็จเนื่องจากการนั้น กล่าวคือ เป็นผู้ซึ่งก่อให้เกิดการทำสัญญาประกันภัย

ระหว่างผู้มุ่งหวังเอาประกันภัยกับผู้รับประกันภัยโดยได้รับค่าตอบแทนเป็นบำเหน็จจากผู้รับประกันภัย โดยผู้มุ่งหวังเอาประกันภัยสามารถเลือกทำสัญญาประกันภัยกับบริษัทประกันภัยใด ๆ ได้โดยอิสระ นายหน้าประกันภัยจะเป็นผู้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับข้อเสนอ ความคุ้มครอง เงื่อนไขการประกันภัย รวมทั้งอัตราค่าเบี้ยประกันภัยต่อผู้มุ่งหวังเอาประกันภัย เพื่อประโยชน์ของผู้มุ่งหวังเอาประกันภัย นายหน้าบุคคลธรรมดาสามารถส่งงานกับบริษัทประกันภัยต่าง ๆ ได้โดยขึ้นอยู่กับนโยบายการรับนายหน้าของบริษัทประกันภัยแต่ละแห่ง นายหน้าประกันวินาศภัยตั้งแต่ 5 คนขึ้นไปยังสามารถรวมกันเป็นนายหน้าประกันภัยประเภทนิติบุคคลได้อีกด้วย การเสนอขายผ่านธนาคาร (Bancassurance) ที่ได้รับใบอนุญาตเป็นนายหน้าประกันวินาศภัย จะต้องดำเนินการโดยผู้เป็นลูกจ้างของธนาคารและเป็นนายหน้าประกันวินาศภัยผู้กระทำการแทนของธนาคารนั้น ถือว่าเป็นอีกช่องทางหลักในธุรกิจประกันภัยของบริษัทประกันภัยที่มีพันธมิตรเป็นธนาคาร โดยพบว่าผลิตภัณฑ์ที่นิยมขายผ่านช่องทางนี้มากที่สุด คือ การประกันอัคคีภัยสำหรับที่อยู่อาศัย อาจเนื่องจากธนาคารมีความได้เปรียบในการนำเสนอประกันภัยแก่ผู้ใช้บริการที่ต้องการขอสินเชื่อที่อยู่อาศัย ซึ่งการจัดให้มีการเอาประกันอัคคีภัยสำหรับที่อยู่อาศัยมักเป็นเงื่อนไขพื้นฐานในการอนุมัติการขอสินเชื่อดังกล่าว นอกจากนี้ การประกันภัยเบ็ดเตล็ด เช่น การประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคล ก็เป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ยอดขายผ่านธนาคารถือว่ามีส่วนที่มากเมื่อเทียบกับช่องทางอื่น (สมาคมประกันวินาศภัยไทย, 2564) และยังเป็นช่องทางที่มีศักยภาพที่จะเติบโตขึ้นโดยความได้เปรียบทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภค เช่น การพัฒนาอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งหรือโมบายแบงกิ้งให้เป็นช่องทางในการเสนอขายได้ด้วย

2. การเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยผ่านทางโทรศัพท์ (Telemarketing) เป็นการเสนอขายผ่านทางโทรศัพท์โดยผู้เสนอขายที่บริษัทอนุญาตให้เสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยของบริษัท หรือโดยผู้เสนอขายของนิติบุคคลซึ่งได้รับใบอนุญาตเป็นนายหน้าประกันวินาศภัยหรือธนาคาร ซึ่งต้องเป็นพนักงานหรือลูกจ้างที่มีใบอนุญาตเป็นนายหน้าประกันวินาศภัยและเป็นนายหน้าประกันวินาศภัยผู้กระทำการแทนของนิติบุคคลซึ่งได้รับใบอนุญาตเป็นนายหน้าประกันวินาศภัยนั้น และกรมธรรม์ประกันภัยที่จะเสนอขายผ่านทางโทรศัพท์ต้องได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียนให้เสนอขายผ่านทางโทรศัพท์ด้วย

3. การเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยผ่านทางไปรษณีย์ (Direct Mail) คือการเสนอขายโดยที่บริษัทประกันภัยส่งจดหมายถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงเพื่อชักชวนให้ตัดสินใจซื้อประกันภัยตามที่นำเสนอในเอกสารที่ส่งมานั้น ช่องทางนี้ถือว่าน่าจะมีส่วนแบ่งการตลาดที่ต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับขายโดยช่องทางอื่น และลดลงเรื่อย ๆ มาจนถึงปัจจุบัน

4. การเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (Online) หมายถึง การเชิญชวน ชี้ช่อง หรือจัดการให้ผู้มุ่งหวังทำสัญญาประกันภัยกับบริษัท โดยแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประกันภัยโดยใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ไม่พึ่งพาพนักงานของบริษัท ตัวแทนประกันวินาศภัย หรือนายหน้าประกันวินาศภัยบุคคลธรรมดา ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ประกันภัย และให้ผู้มุ่งหวังแสดงเจตนาขอทำสัญญาประกันภัยโดยใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ ไม่รวมถึงการเสนอขายผ่านทางโทรศัพท์ และการเสนอขายโดยใช้แอปพลิเคชันสำเร็จรูปเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้มุ่งหวัง โดยที่ผู้ทำการเสนอขายได้มีการพัฒนาระบบสารสนเทศเพิ่มเติมเพื่อใช้ในการเสนอขายผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

5. การเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยโดยวิธีอื่น เป็นการเสนอขายโดยวิธีอื่นนอกเหนือจากช่องทางที่กล่าวไว้แล้วข้างต้น จะต้องได้รับอนุญาตจากนายทะเบียน โดยในการอนุญาตนายทะเบียนจะกำหนดเงื่อนไข เงื่อนไข และวิธีปฏิบัติใด ๆ ไว้ด้วยก็ได้

หลักเสรีภาพในการทำสัญญา (Freedom of Contract)

ในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 18 การค้าและเศรษฐกิจในสมัยนี้เป็นระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม (Laissez Faire) แนวคิดเสรีนิยมเริ่มเป็นที่รู้จัก โดยอิทธิพลของกลุ่มนักเศรษฐศาสตร์สำนักฟิสิกส์ที่เชื่อว่ากฎธรรมชาติจะบังคับให้การเศรษฐกิจดำเนินไปเองได้ ภายใต้แนวคิดด้วยเสรีนิยมนี้ บุคคลทุกคนจึงมีเสรีภาพ เว้นแต่มีกรณีอื่นเป็นการสมควรเท่านั้นที่จะถูกจำกัดเสรีภาพลง กฎหมายจะเข้าไปเกี่ยวข้องก็เฉพาะกรณีเกี่ยวกับประโยชน์ส่วนรวมเท่านั้น กฎเกณฑ์ที่ดีที่สุดในสังคมควรมีคือกฎเกณฑ์ที่คู่สัญญาซึ่งมีความเท่าเทียมกันเป็นผู้ตกลงกันเอง หลักเสรีภาพในการทำสัญญาเป็นส่วนหนึ่งของหลักอิสระทางแพ่ง (Private Autonomy) โดยหลักการนี้เชื่อว่าเอกชนมีเสรีภาพในการจัดการขอบเขตทางกฎหมายของตนเอง เป็นหลักที่ให้เสรีภาพอย่างสมบูรณ์แก่คู่สัญญาในการที่จะกำหนดชนิดแบบ และเนื้อหาของนิติกรรม โดยรัฐจะเข้าไปแทรกแซงน้อยที่สุดต่อเมื่อมีเหตุอันสมควรเท่านั้น กล่าวคือ ปัจเจกชนมีเสรีภาพในการตกลงทำสัญญากับใครก็ได้ กำหนดวัตถุประสงค์ของสัญญาอย่างไรก็ได้ เลือกวิธีการหรือแบบในการทำสัญญาอย่างไรก็ได้ กำหนดเนื้อหาแห่งสัญญาอย่างไรก็ได้แม้จะแตกต่างกับที่กฎหมายกำหนดไว้ หากมิใช่เป็นบทบัญญัติกฎหมายอันเกี่ยวกับความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือมีวัตถุประสงค์เป็นการพินิจหรือเป็นการขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน บุคคลก็มีอิสระที่จะทำสัญญาที่เขาต้องการโดยปราศจากการแทรกแซง (ศักดิ์ ธนิตกุล, 2559) กฎหมายก็จะรับรองให้สัญญาระหว่างกันนั้นมีผลสมดังเจตนาไปตามหลักสัญญาต้องเป็นสัญญา *pacta sunt servanda* เสรีภาพในการทำสัญญานี้จึงอาจกล่าวได้สอง

ความหมายด้วยกัน ความหมายแรกหมายถึง เสรีภาพตั้งแต่ตกลงทำสัญญา คือเสรีภาพในการก่อ ดำเนินต่อไป หรือระงับการก่อให้เกิดสัญญา และอีกความหมายคือเสรีภาพที่จะไม่ถูกแทรกแซงจากรัฐเมื่อสัญญาอันถูกก่อขึ้นตามเสรีภาพของคู่สัญญานั้นได้กำเนิดขึ้นแล้ว

แนวคิดเรื่องความไม่สมบูรณ์ของตลาด (Market Imperfection)

เป้าหมายสูงสุดของวิชาเศรษฐศาสตร์คือการยกระดับมาตรฐานการครองชีพของประชาชนในการดำรงชีวิตประจำวัน ในระบบตลาดที่มีการแข่งขันทางธุรกิจระหว่างผู้ผลิตสินค้าหรือบริการซึ่งต้องการผลกำไรสูงสุด และปัจเจกบุคคลซึ่งต้องการผลประโยชน์สูงสุดของตนเช่นกัน ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ที่รองรับหลักความศักดิ์สิทธิ์ของการแสดงเจตนาและหลักเสรีภาพในการทำสัญญานั้นตั้งอยู่บนสมมติฐานว่าตลาดมีความสมบูรณ์ กล่าวคือ ตลาดที่ไม่มีการผูกขาดและคู่สัญญาได้รับข้อมูลอย่างสมบูรณ์และสามารถเข้าใจสัญญาได้อย่างแท้จริง สัญญาที่สร้างขึ้นภายใต้สภาพทางตลาดที่สมบูรณ์ซึ่งคู่สัญญาได้บรรลุบรรทัดประโยชน์ตามประสงค์นี้เป็นสัญญาที่สมบูรณ์ (Perfect Contract) และตลาดที่มีความสมบูรณ์ย่อมดำเนินไปตามกลไกตลาดได้ตามแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ที่ว่าผลลัพธ์ของกลไกตลาดในฐานะมือที่มองไม่เห็น (Invisible Hand) จะส่งเสริมสวัสดิการของสังคมได้สูงสุดอย่างน่ามหัศจรรย์ ในทางเศรษฐศาสตร์เมื่อกล่าวถึงการแทรกแซงโดยรัฐในตลาดจะต้องมีความสัมพันธ์กับความล้มเหลวของตลาด (Market Failure) ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่ตลาดทำงานแต่ขาดประสิทธิภาพ โดยแนวคิดดังกล่าว รัฐจึงอาจเข้าแทรกแซงระบบเศรษฐกิจได้ก็ต่อเมื่อเกิดความล้มเหลวของตลาดบางประการ ทำให้ตลาดไม่สมบูรณ์และข้อมูลสมมาตร (Imperfect Markets And Asymmetric) (ศักดิ์ ธานีกุล, 2559) เป็นผลให้ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจไม่มีประสิทธิภาพ และไม่เป็นผลดีต่อผู้บริโภคและประโยชน์สาธารณะ ตัวอย่างความล้มเหลวของตลาด 2 ประการที่ทำให้รัฐจำเป็นต้องแทรกแซงเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่

ประการแรก การผูกขาดทางการค้า (Monopoly) ทำให้เอกชนไม่สามารถตัดสินใจเลือกซื้อสัญญาที่ต้องการได้และจำต้องรับซื้อสัญญาจากผู้ผูกขาดเสนอ การผูกขาดทางการค้านอกจากจะหมายถึงสภาพตลาดที่มีการผูกขาดโดยผู้ประกอบการรายหนึ่งรายใดแล้วยังรวมถึงกรณีการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในแนวนอน (Horizontal Agreement) ซึ่งหมายถึง การร่วมมือโดยกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจที่มีความสัมพันธ์อยู่ในตลาดหรือกลุ่มอุตสาหกรรมประเภทเดียวกันอีกด้วย ในบางกรณีการผูกขาดทางการค้าจึงอยู่ในรูปแบบของการตกลงหรือร่วมกัน (Cartelization) เพื่อกำหนดราคาหรือซื้อสัญญาอย่างเดียวกันที่ผู้บริโภคเสียเปรียบอย่างมาก ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถแสวงหาราคาหรือซื้อสัญญาที่ดีกว่าได้

ประการที่สอง ความเหลื่อมล้ำด้านข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย อันเป็นปัญหาจากความไม่เท่าเทียมกันในความสัมพันธ์ระหว่างฝ่ายผู้ซื้อหรือผู้บริโภคกับฝ่ายผู้ขายหรือผู้ประกอบการธุรกิจ สินค้าหรือบริการซึ่งอาจมีความซับซ้อน ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจักติดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ตนนำเข้าสู่ตลาด ส่วนผู้บริโภคไม่ได้มีความรู้ความเข้าใจในสินค้าหรือบริการนั้นจึงไม่อาจตัดสินใจเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเข้าแทรกแซงโดยอาศัยเหตุผลว่าตลาดล้มเหลวในประการนี้ รัฐจึงมีหน้าที่กำหนดให้ผู้ขายหรือผู้ประกอบการต้องเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของตนแก่ผู้บริโภคอย่างถูกต้องและเพียงพอ เช่น การกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลที่จะต้องปรากฏในเอกสาร ฉลาก หรือการโฆษณา เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้น เป็นต้น

แนวคิดเรื่องสิทธิในการถอนตัว (Right of Withdrawal) หรือการให้ระยะเวลาไตร่ตรอง (Cooling-Off Period)

ยุคสมัยของสัญญาที่บัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายแพ่งที่วางหลักไว้บนพื้นฐานที่คู่สัญญามีเสรีภาพในการทำสัญญาที่บุคคลสามารถแสดงเจตนาได้อย่างอิสระ มีความเท่าเทียมกันในการตกลงทำสัญญา แต่สถานการณ์ในการทำสัญญาปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปจากนั้น ด้วยสภาพข้อเท็จจริงที่คู่สัญญาฝ่ายหนึ่งไม่มีอิสระอย่างแท้จริงในการตัดสินใจหรือในการตกลงทำสัญญาเนื่องจากสถานะทางเศรษฐกิจหรือสถานะทางเทคโนโลยีที่ต่ำกว่า ทำให้มีความเสียเปรียบในการต้องรับเอาข้อสัญญาที่มีการทำไว้ล่วงหน้าเพื่อการบริโภคสินค้าหรือบริการอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

สิทธิในการถอนตัว (Right of Withdrawal) หรือการให้ระยะเวลาไตร่ตรอง (Cooling-Off Period) เพื่อให้ผู้บริโภคมีเวลาในการตัดสินใจว่าจะกลับใจไม่ผูกพันกับผู้ประกอบการธุรกิจหรือไม่ จึงเป็นหลักพิเศษหนึ่งของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค (ดารารพร ถิระวัฒน์, 2557) กล่าวคือ กฎหมายได้กำหนดช่วงระยะเวลาให้ผู้บริโภคสามารถเลิกสัญญาได้โดยอิสระโดยไม่ต้องมีเหตุผลใดๆ เพื่อให้ผู้บริโภคไตร่ตรองว่าตนต้องการผูกพันตามสัญญานั้นหรือไม่ แนวนโยบายที่ใช้อธิบายความชอบธรรมของสิทธิในการถอนตัวจากสัญญานี้คือการคุ้มครองผู้บริโภคจากแรงกดดันทางจิตวิทยาและความบกพร่องด้านข้อมูลที่ผู้บริโภคอาจประสบในขณะที่ทำสัญญา โดยทั่วไป สิทธิในการถอนตัวจากสัญญานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากการตัดสินใจที่หุนหันพลันแล่น ภายในระยะเวลาไตร่ตรองซึ่งมักมีระยะเวลาสั้นๆ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนใจกลับคำจากการตัดสินใจเข้าทำสัญญาได้ แม้ในบางกรณีสัญญานั้นจะได้มีการปฏิบัติตามโดยคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายไปแล้วก็ตาม แนวคิดการให้สิทธิในการถอนตัวนี้เป็นแนวคิดที่ค่อนข้างใหม่ในกฎหมายเอกชน เพราะดูเหมือนว่า

สิทธินี้จะกระทบต่อแก่นแท้ของสัญญา อย่างไรก็ตาม หลักสัญญาต้องเป็นสัญญา *pacta sunt servanda* นั้นไม่ใช่หลักการที่ไม่มีข้อจำกัดเลย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่คู่สัญญาฝ่ายหนึ่งไม่สามารถกำหนดได้อย่างเสรีว่าตนประสงค์จะผูกพันตามสัญญานั้นหรือไม่ อย่างเช่นการเข้าทำผูกพันตามสัญญาสำเร็จรูป ในมุมมองข้างต้น สิทธิในการถอนตัวไม่ขัดแย้งกับหลัก *pacta sunt servanda* เนื่องจาก *pactum* หรือข้อตกลงซึ่งเป็นพื้นฐานของความผูกพันตามสัญญานั้น แท้จริงแล้วไม่ได้ตั้งอยู่บนความยินยอมที่กำหนดโดยเสรีของผู้บริโภคอย่างแท้จริง (Marco. Loos, 2009) ในขณะที่คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งโดยทั่วไปคือผู้ประกอบการค้า เช่น ผู้ขายหรือผู้ให้บริการในเชิงพาณิชย์ จะไม่ได้รับสิทธิเช่นเดียวกันนี้

การกำหนดระยะเวลาไตร่ตรอง (Cooling Off Period) ซึ่งมีลักษณะเป็นการให้ระยะเวลาช่วงหนึ่ง ยังมีเหตุผลเบื้องหลังมาจากธรรมชาติที่บุคคลอาจอยู่ในภาวะชั่วคราวที่ไม่อาจไตร่ตรองได้อย่างรอบคอบอันเนื่องมาจากเหตุผลทางอารมณ์หรือเหตุผลทางชีวภาพ (Transient Emotionally or Biologically “Hot” States) ซึ่งทำให้บุคคลดังกล่าวอาจทำการตัดสินใจที่ไม่คุ้มค่าทางเศรษฐกิจ และไม่อาจกลับคืนสู่สภาพเดิม ตัวอย่างเช่น บุคคลอาจจะซื้อรถยนต์ที่ตนมาอาจจะซื้อได้เพียงเพราะชอบรูปลักษณ์ของรถยนต์ โดยมีนักเศรษฐศาสตร์ได้ให้เหตุผลไว้หลายประการในการอธิบายว่าทำไมในภาวะเช่นนั้นมนุษย์มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจอย่างไร้ประสิทธิภาพ เช่น ในภาวะเช่นนั้น ภาวะจิตใจของบุคคลภายในที่จะส่งอิทธิพลที่จะเห็นแก่ประโยชน์ระยะสั้นซึ่งเป็นการตอบสนองต่อภาวะจิตใจเช่นว่า โดยที่ช่วงเวลาในการใช้วิจารณ์ญาณของบุคคลนั้นมีความไม่เที่ยงตรงอาจเรียกได้ว่า “ภาวะช่องทางการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์” (Hot-To-Cold Empathy Gap) (ธีระรัตน์ จีระวัฒนา และคณะ, 2553) จะเห็นได้ว่า ระยะเวลาไตร่ตรอง (Cooling Off Period) นี้แปลมาจากคำว่า “Cooling” ในภาษาอังกฤษ ที่หมายความว่า การทำให้บางสิ่งให้มีความร้อนน้อยลง ระยะเวลาไตร่ตรองนี้จึงเป็นการทำให้มีความเยือกเย็นทางอารมณ์เกิดขึ้น เพื่อรอไปสู่ภาวะที่มนุษย์มีวิจารณ์ญาณในการตัดสินใจโดยไม่ถูกกระทบต่อสิ่งเร้า

วัตถุประสงค์หนึ่งของการให้สิทธิถอนตัวแก่ผู้บริโภคเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากวิธีปฏิบัติทางการค้าเชิงรุก (Aggressive Commercial Practices) เช่น การขายสินค้าตามที่อยู่อาศัย (Doorstep Selling) หรือในสัญญาทางไกล (Distance Contracts) ซึ่งคู่สัญญาอยู่ห่างกันโดยระยะทางและไม่สามารถที่จะตรวจสอบคุณภาพหรือคุณลักษณะของสินค้าได้อย่างเต็มที่ อีกหนึ่งพื้นฐานที่สนับสนุนการให้สิทธิถอนตัวแก่ผู้บริโภค ได้แก่ สัญญาที่มีเนื้อหาซับซ้อน โดยเฉพาะสัญญาที่เกี่ยวข้องกับบริการทางการเงิน ซึ่งมักจะมีความซับซ้อนถึงระดับที่แม้แต่ผู้บริโภคที่มีการศึกษาและมีข้อมูลเพียงพอก็อาจไม่สามารถประเมินได้อย่างง่ายดายว่าข้อเสนอจากผู้ให้บริการนั้นตรงกับความต้องการของเขาหรือไม่ และการกำหนดให้ผู้ให้บริการมีหน้าที่ให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค ก็อาจไม่สามารถจัดความไม่สมดุลด้านข้อมูลระหว่างคู่สัญญาได้ ในสถานการณ์เช่นนี้ สิ่งที่ผู้บริโภคสามารถทำได้อาจเป็นการแสวงหาคำแนะนำจากแหล่งอิสระภายหลัง และประเมินคุณภาพของบริการที่ได้รับ พร้อมทั้งพิจารณาว่าบริการนั้นตอบสนองความต้องการเฉพาะตัวของตนได้หรือไม่ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถทำเช่นนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงจะต้องมีสิทธิในการถอนตัวจากสัญญาให้แก่ผู้บริโภค (Marco. Loos, 2009)

สิทธิถอนตัวของผู้บริโภคนี้ไม่จำเป็นต้องแสดงผลในการเลิกสัญญา อันเป็นเครื่องมือที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถถอนตัวออกจากสัญญาได้อย่างกว้างขวางกว่าเหตุผลที่ผู้ประกอบการธุรกิจกำหนดไว้ โดยจะต้องมีกำหนดระยะเวลาในการใช้สิทธิถอนตัวจากสัญญาของผู้บริโภคไว้เพื่อไม่ให้เป็นการช่องทางการใช้สิทธิอย่างเอาเปรียบฝ่ายผู้ประกอบการด้วย

มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในสัญญาประกันวินาศภัยในต่างประเทศ

1. ประเทศอังกฤษ

การดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับสัญญาประกันวินาศภัยอยู่ใต้บังคับแห่งพระราชบัญญัติ Financial Services and Markets Act 2000 และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยอำนาจของกฎหมายดังกล่าว หน่วยงานกำกับดูแลมีอำนาจตาม Section 138G ในการจัดทำและเผยแพร่กฎ (Rules) เป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อเป็นเครื่องมือทางกฎหมายใช้บังคับแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจบริการทางการเงิน โดยเฉพาะเพื่อคุ้มครองประโยชน์ของผู้บริโภค สำหรับธุรกิจประกันวินาศภัย FCA ได้จัดทำและเผยแพร่ Insurance Conduct of Business Source Book เป็นข้อบังคับมาตรฐานสำหรับผู้ประกอบธุรกิจประกันวินาศภัยในประเทศอังกฤษ บริษัทประกันภัยจะต้องดำเนินธุรกิจประกันวินาศภัย ขายประกันวินาศภัย ทำและปฏิบัติตามสัญญาประกันวินาศภัยให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ใน ICOBS ซึ่งมีขอบเขตการบังคับใช้ไปถึงบุคคลที่เป็นนายหน้าหรือตัวแทนของบริษัทประกันภัยที่ประกอบธุรกิจในประเทศอังกฤษด้วย โดยมีมาตรการที่เกี่ยวข้องกับประเด็นศึกษา ดังนี้

1.1 มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลก่อนเริ่มสัญญา

ICOBS Rules ได้กำหนดข้อบังคับให้บริษัทมีหน้าที่ต้องทำให้แน่ใจว่าลูกค้าที่ติดต่อเสนอขายได้รับข้อมูลเกี่ยวกับกรรมกรอย่างเหมาะสมในเวลาที่เหมาะสมและในรูปแบบที่เข้าใจได้เพื่อให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจได้อย่างรอบคอบกับการถูกเสนอขาย ผู้มีหน้าที่ในการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับกรรมกรนี้ได้แก่ บริษัทประกันภัยในการจัดทำข้อมูล และคนกลางประกันภัยในการให้ข้อมูลแก่ลูกค้า หรือในกรณีที่ไม่มีคนกลางประกันภัยก็เป็นหน้าที่ของบริษัทประกันภัยในการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าด้วย โดยจะต้องให้ข้อมูลแก่ลูกค้าในทุกกรณีไม่ว่าจะเป็นการเสนอแบบการแนะนำส่วนบุคคลหรือไม่ และไม่ว่ากรรมกรนั้นจะเป็นส่วนหนึ่งของแพ็คเกจกับผลิตภัณฑ์อื่นหรือกรรมกรอื่นหรือไม่ และข้อมูลนั้นจะต้องถูกเปิดเผยแก่ลูกค้าอย่างคำนึงถึงความซับซ้อนของกรรมกรและประเภทของลูกค้าด้วย

ICOBS Rules ได้กำหนดข้อบังคับเกี่ยวกับข้อมูลซึ่งจะต้องถูกเปิดเผยก่อนเริ่มสัญญา (Pre-Contract Disclosure) ต่อลูกค้าซึ่งเป็นบุคคลธรรมดา เช่น กฎหมายที่ใช้บังคับกับสัญญา, กระบวนการเกี่ยวกับการจัดการตามข้อร้องเรียนของผู้ถือกรรมกรที่เกี่ยวข้องกับสัญญา รวมถึงการมีอยู่ของหน่วยงานรับเรื่องร้องเรียน (โดยปกติคือ Financial Ombudsman Service) ตามความเหมาะสมโดยไม่กระทบต่อสิทธิของผู้ถือกรรมกรในการดำเนินคดีตามกฎหมาย, ที่อยู่ของสำนักงานใหญ่ของบริษัทหรือสาขาที่เหมาะสมในการให้ความคุ้มครอง การต่ออายุโดยอัตโนมัติของสัญญา เป็นต้น และรวมถึงได้มีข้อบังคับให้เปิดเผยสิทธิในการเลิกสัญญา (Disclosure of Cancellation Right) ซึ่งต้องเปิดเผยข้อมูล ดังนี้ ความมีอยู่ของสิทธิ ระยะเวลาที่มีสิทธิ เงื่อนไขในการใช้สิทธิ ข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายที่จะต้องชำระ ผลของการไม่ใช้สิทธิ และคำแนะนำเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติเพื่อการใช้สิทธิ โดยจะต้องให้ข้อมูลข้างต้นในเวลาที่เหมาะสม (In A Good Time) ก่อนจะเริ่มสัญญา และจะต้องให้ข้อมูลอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร (In Writing) หรือในรูปแบบกระดาษหรือสื่ออื่นที่ผู้รับสามารถเข้าถึงข้อมูลนั้นได้ไปจนถึงระยะเวลาในอนาคตโดยที่ข้อมูลในสื่อไม่อาจถูกแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้

1.2 มาตรการที่กำหนดสิทธิเลิกสัญญาของผู้บริโภค

ICOBS Rules ได้กำหนดข้อบังคับเกี่ยวกับสิทธิในการยกเลิก (The Right to Cancel) ให้แก่ผู้บริโภค (Consumer) โดยกำหนดให้ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะเลิกสัญญาได้โดยไม่มีโทษและไม่ต้องแสดงเหตุ ภายในระยะเวลา 30 วัน สำหรับสัญญาประกันภัยที่คุ้มครองการอยู่รอดหรือเสียชีวิต หรือประกันชีวิตแบบคุ้มครองเงินเชื่อ และภายในระยะเวลา 14 วันสำหรับสัญญาประกันภัยอื่นๆ หรือสัญญาที่คู่สัญญาอยู่ห่างกันโดยระยะทาง ทั้งนี้ บริษัทประกันภัยอาจสมัครใจให้ระยะเวลาที่ยาวนานกว่าหรือเพิ่มเติมสิทธิในการยกเลิกให้แก่ผู้บริโภคได้ แต่ต้องไม่กระทบกระเทือนถึงสิทธิโดยชอบของผู้บริโภคที่ได้ถูกกำหนดไว้แล้ว

การเริ่มต้นของระยะเวลานี้ จะเริ่มต้นตั้งแต่วันที่สัญญาเกิดขึ้น หรือเริ่มต้นตั้งแต่วันที่ผู้บริโภคได้รับข้อกำหนด เงื่อนไข หรือข้อมูลอื่นใดที่ผู้บริโภคจะต้องได้รับก่อนสัญญาตามที่กำหนดไว้ใน ICOBS Rules หากว่าวันที่ผู้บริโภคได้รับมาถึงช้ากว่าวันที่สัญญาเกิดขึ้น

การใช้สิทธิเลิกสัญญาตามข้อบังคับส่วนนี้ ผู้บริโภคสามารถดำเนินการได้โดยแจ้งโดยวิธีการยกเลิกที่ผู้บริโภคได้รับข้อมูลไว้ก่อนจะสิ้นระยะเวลามีสิทธิ และจะถือว่าผู้บริโภคได้ปฏิบัติภายในระยะเวลาดังกล่าวแล้วหากว่าการแจ้งนั้นกระทำบนกระดาษหรือสื่ออื่นที่ผู้รับสามารถเข้าถึงข้อมูลนั้นได้ไปจนถึงระยะเวลาในอนาคตโดยที่ข้อมูลไม่อาจถูกแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้ และถูกจัดส่งก่อนระยะเวลาดังกล่าวจะสิ้นสุด

สิทธิในการยกเลิกสัญญาจะไม่สามารถใช้ได้กับกรณีต่อไปนี้

- กรรมกรประกันภัยการเดินทางและสัมภาระ หรือกรรมกรระยะสั้นที่คล้ายคลึงกันซึ่งมีระยะเวลาน้อยกว่าหนึ่งเดือน
- กรรมกรที่ทั้งสองฝ่ายได้ปฏิบัติตามสัญญาเสร็จสมบูรณ์แล้วตามคำร้องขอชัดเจนของผู้บริโภค ก่อนที่ผู้บริโภคจะใช้สิทธิในการยกเลิก
- สัญญาประกันภัยที่คุ้มครองการอยู่รอดหรือเสียชีวิตที่มีระยะเวลาสัญญาไม่เกินหกเดือนที่มีคู่สัญญาที่อยู่ห่างกันโดยระยะทาง
- สัญญาประกันภัยแบบคุ้มครองล้นที่จัดทำขึ้นโดยผู้ดูแลกองทุนประกันสังคม นายจ้าง หรือหุ้นส่วนในกิจการ เพื่อให้ความคุ้มครองผลประโยชน์แก่พนักงานหรือหุ้นส่วนในกิจการนั้น (ประกันแบบกลุ่ม)
- สัญญาประกันภัยวินาศภัยทั่วไปที่ไม่ใช่สัญญาที่คู่สัญญาอยู่ห่างกันโดยระยะทาง และไม่ใช้สัญญาคุ้มครองการชำระเงิน (Payment Protection Contract) ซึ่งขายโดยตัวแทนที่ไม่ได้รับอนุญาตยกเว้นกรณีเป็นผู้แทนที่ได้รับแต่งตั้ง (Appointed Representative)
- สัญญาที่เกี่ยวข้อง (Connected Contract) สัญญาที่คู่สัญญาอยู่ห่างกันโดยระยะทาง

ผลแห่งการเลิกสัญญาของผู้บริโภคตาม The Right to Cancel นี้ เป็นการถอนตัวของผู้บริโภคและมีผลให้สัญญาสิ้นสุดลง บริษัทประกันภัยมีหน้าที่อย่างไม่ชักช้าเกินควรและจะต้องไม่เกิน 30 วัน ในการชำระเงินจำนวนที่ได้รับมาจากผู้บริโภคคืนให้แก่ผู้บริโภค ระยะเวลาที่จะเริ่มนับแต่วันที่ผู้บริโภคได้จัดส่งการแจ้งใช้สิทธิเลิกสัญญา

การเลิกสัญญาของผู้บริโภคไม่ถือเป็นการผิดสัญญาอันเป็นเหตุให้จะต้องเสียค่าปรับใด ๆ อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคอาจมีค่าใช้จ่ายเพื่อบริการตามสัดส่วนที่บริษัทประกันภัยได้ให้บริการจริงตามสัญญาไปแล้ว ทั้งนี้ บริษัทประกันภัยจะไม่สามารถเรียกให้ ผู้บริโภคชำระค่าใช้จ่ายใด ๆ ได้ เว้นแต่จะสามารถพิสูจน์ได้ว่าผู้บริโภคทราบถึงหน้าที่ในการชำระค่าใช้จ่ายตามจำนวนนั้นอยู่แล้ว หรือได้ เริ่มต้นให้บริการตามสัญญานั้นก่อนที่จะสิ้นสุดระยะเวลาที่ผู้บริโภคอาจเลิกสัญญาได้โดยที่ผู้บริโภคยังไม่ได้ขอใช้สิทธิเลิกสัญญา

2. เครือรัฐออสเตรเลีย

พระราชบัญญัติบริษัท คริสต์ศักราช 2001 หรือ The Corporation Act 2001 เป็นกฎหมายเกี่ยวกับการจัดตั้งและการดำเนินงานของธุรกิจ อันเป็นกฎหมายพื้นฐานหลักในการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์ทางการเงินและการบริการทางการเงินซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ประกันวินาศภัยด้วย พระราชบัญญัตินี้ได้กำหนดบรรดาหน้าที่และสิทธิให้แก่ฝ่ายผู้รับประกันภัยในฐานะผู้ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจบริการทางการเงินและฝ่ายลูกค้า โดยมีมาตรการที่เกี่ยวข้องกับประเด็นศึกษา ดังนี้

2.1. มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์

พระราชบัญญัติบริษัท คริสต์ศักราช 2001 Section 1012C ได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินหรือการให้บริการทางการเงินแก่ลูกค้ารายย่อย (Retail Client) จะต้องมีการเปิดเผยข้อมูลก่อนทำสัญญาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินแก่ลูกค้า โดยสาระสำคัญของการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้ ได้แก่ Product Disclosure Statement (PDS) หรือคำแถลงเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์ซึ่งจะต้องดำเนินการจัดทำโดยผู้ออกผลิตภัณฑ์นั้น และมี The Australian Security and Investment Commission (ASIC) เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่บทบาทในการกำหนดกฎเกณฑ์มาตรฐานสำหรับเนื้อหาในคำแถลงเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์ให้แก่ทุกภาคธุรกิจ และมีอำนาจในดำเนินการกับผู้ให้บริการทางการเงินที่ล้มเหลวในหน้าที่จัดทำหรือส่งมอบ PDS โดยมีการกำหนดมาตรการลงโทษทางแพ่งสำหรับผู้ให้บริการที่ฝ่าฝืนหน้าที่จัดทำหรือส่งมอบ PDS แก่ลูกค้ารายย่อย ในกรณีที่ผลิตภัณฑ์ทางการเงินเป็นผลิตภัณฑ์ประกันวินาศภัย (General Insurance Product) จะถือว่าเป็นการให้บริการแก่ลูกค้ารายย่อย (Retail Client) หากบุคคลนั้นเป็นบุคคลธรรมดา หรือกรณีผลิตภัณฑ์ประกันวินาศภัยนั้นมีไว้ใช้หรือมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในกิจการของธุรกิจขนาดเล็ก (Small Business) ซึ่งรวมถึงกรณีที่เป็นการให้บริการผ่านนายหน้าหรือคนกลางประกันภัย และไม่ว่าจะเป็นการขายแบบ Face To Face หรือขายผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์หรือผ่านทางโทรศัพท์ กฎหมายดังกล่าวกำหนดให้ผู้รับประกันวินาศภัยต้องจัดทำคำแถลงเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์สำหรับทุกผลิตภัณฑ์ที่จะขายโดยต้องจัดทำเป็นลายลักษณ์อักษรโดยเป็นภาษาอังกฤษที่เข้าใจง่าย (Plain English) แทนที่จะเป็นศัพท์ทางกฎหมาย เนื้อหาสำคัญที่ถูกกำหนดให้ต้องปรากฏในคำแถลงเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์ อาทิ ชื่อและที่อยู่ของผู้ออกผลิตภัณฑ์ ราคาหรือค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ การระงับข้อพิพาท ข้อมูลเกี่ยวกับระยะไถ่ถอน (Cooling-Off Regime) ของผลิตภัณฑ์ที่ถูกกำหนดไว้ไม่ว่าจะโดยกฎหมายหรือโดยทางอื่น เป็นต้น

2.2. มาตรการที่กำหนดสิทธิในการมีระยะไถ่ถอนของลูกค้า

พระราชบัญญัติบริษัท คริสต์ศักราช 2001 Section 1019B ได้มีการกำหนดให้ลูกค้ามีสิทธิคืนผลิตภัณฑ์และได้รับเงินคืนได้ในระยะไถ่ถอนหรือ Cooling-Off Period for Return of Financial Product หรือเป็นสิทธิเลิกสัญญาในระยะไถ่ถอนของลูกค้า ซึ่งเป็นการกำหนดระยะเวลาให้แก่ลูกค้าเพื่อให้พิจารณาอย่างรอบคอบว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีความเหมาะสมจริงหรือไม่สำหรับพวกเขา และให้สิทธิลูกค้าในการเลือกที่จะถอนตัว (Opt-out) ออกจากการซื้อผลิตภัณฑ์ได้หากได้ตัดสินใจใหม่ สิทธิเลิกสัญญานี้จะไม่สามารถใช้ได้หากผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ได้ใช้สิทธิเรียกร้องที่มีอยู่ตามเงื่อนไขของผลิตภัณฑ์นั้นแล้ว สำหรับผลิตภัณฑ์ประกันวินาศภัย กฎหมายดังกล่าวได้กำหนดให้ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ประกันวินาศภัยมีสิทธิเลิกสัญญาโดยได้รับเงินที่ชำระไปคืน ภายในระยะเวลา 14 วันนับแต่วันที่ผลิตภัณฑ์ได้เริ่มต้นความคุ้มครอง โดยสามารถแสดงเจตนาใช้สิทธิโดยเป็นลายลักษณ์อักษร หรือโดยทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือโดยวิธีอื่นที่มีกฎระเบียบกำหนดไว้ให้สามารถทำได้ ไปยังผู้รับประกันภัย หรือตัวแทนประกันภัยที่ได้เสนอขายผลิตภัณฑ์ประกันวินาศภัยดังกล่าว

สิทธิเลิกสัญญานี้จะไม่สามารถใช้ได้ในเวลาภายหลังจาก ลูกค้าได้ใช้สิทธิของตนที่มีภายใต้ข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์นั้นแล้ว เช่น ในผลิตภัณฑ์ประกันวินาศภัย ลูกค้าในฐานะผู้เอาประกันภัยได้ใช้สิทธิเรียกร้อง (Made Claim) ตามข้อกำหนดแห่งสัญญาประกันภัยแล้ว หรือหลังจากเวลาที่สิทธิตามผลิตภัณฑ์ของลูกค้าได้สิ้นสุดไปแล้ว เช่น ในสัญญาที่มีระยะเวลาค้ำประกันเพียงหนึ่งสัปดาห์

ระยะเวลา 14 วันที่ถูกกำหนดโดยกฎหมายนี้จะเป็นระยะเวลาอย่างต่ำที่ผู้รับประกันภัยในฐานะผู้ได้รับอนุญาตให้บริการทางการเงินภายใต้กฎหมายดังกล่าวมีหน้าที่จะต้องกำหนดให้เป็นสิทธิของลูกค้า โดยผู้รับประกันภัยสามารถกำหนดระยะเวลาที่ยาวนานกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้ได้

3. สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

กฎหมายหลักที่ใช้บังคับกับนิติสัมพันธ์ตามสัญญาประกันภัยระหว่างเอกชนด้วยกันในเยอรมนี แต่เดิมคือ The German Insurance Contract Act 1908 ใช้บังคับมาตั้งแต่คริสต์ศักราช 1908 ก่อนจะมีการปฏิรูปครั้งสำคัญจนกระทั่ง The German Insurance Contract Act 2008 (Versicherungsvertragsgesetz–VVG 2008) ใช้บังคับในปีคริสต์ศักราช 2008 วัตถุประสงค์หลักของการปรับปรุงกฎหมายใหม่มีเพื่อให้ผู้เอาประกันภัยได้รับความคุ้มครองในระดับที่สอดคล้องกับแนวคิดสมัยใหม่ของกฎหมายผู้บริโภค โดยได้กำหนดหลักการทั่วไปเกี่ยวกับสัญญาประกันภัยทั้งหมด เว้นแต่การประกันภัยต่อและการประกันภัยทางทะเล โดยมีมาตรการที่เกี่ยวข้องกับประเด็นศึกษา ดังนี้

3.1. มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการแจ้งข้อมูลแก่ผู้ถือกรรมธรรม์

มาตรา 7 ได้กำหนดให้ผู้รับประกันภัยจะต้องแจ้งให้ผู้ถือกรรมธรรม์ทราบเป็นลายลักษณ์อักษร ถึงเงื่อนไขแห่งสัญญา รวมทั้งข้อกำหนดทั่วไปและเงื่อนไขของการประกันภัย (General Term and Condition of Insurance) ตลอดจนข้อมูลตามกฎหมายที่กระทรวงยุติธรรมและการคุ้มครองผู้บริโภคของรัฐบาลกลางโดยได้รับความยินยอมจากกระทรวงการคลังของรัฐบาลกลางกำหนดไว้ ซึ่งหมายความว่ารวมถึงรายละเอียดของสัญญา โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายละเอียดเกี่ยวกับผู้รับประกันภัย ผลประโยชน์ที่เสนอ และการยกเลิกสัญญา (Revocation) ด้วย โดยจะต้องแจ้งในเวลาที่เหมาะสม (In a Good Time) ก่อนที่ผู้ถือกรรมธรรม์จะได้อบรมรับทำสัญญา ข้อมูลนี้จะต้องได้รับการจัดเตรียมไว้อย่างชัดเจนและเข้าใจได้ สอดคล้องกับช่องทางการสื่อสารที่ใช้ และหากเมื่อผู้ถือกรรมธรรม์ร้องขอ สัญญาอาจเกิดขึ้นได้ทางโทรศัพท์หรือช่องทางการสื่อสารอื่นซึ่งไม่เปิดโอกาสให้มีการแจ้งข้อมูลอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรได้ก่อนที่ผู้ถือกรรมธรรม์จะยอมรับทำสัญญา ข้อมูลดังกล่าวจะต้องถูกจัดให้แก่ผู้ถือกรรมธรรม์โดยไม่ชักช้าเกินควรหลังจากทำสัญญาแล้ว วิธีนี้จะนำไปใช้ในกรณีที่ผู้ถือกรรมธรรม์ละสิทธิในการได้รับข้อมูลโดยชัดแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรแยกต่างหากก่อนได้ยอมรับสัญญาด้วย

3.2. มาตรการที่กำหนดสิทธิยกเลิกสัญญาของผู้ถือกรรมธรรม์

ได้มีการกำหนดให้สิทธิยกเลิกสัญญาให้แก่ผู้ถือกรรมธรรม์ไว้ในมาตรา 8 ให้ผู้ถือกรรมธรรม์อาจเลิกสัญญาได้ภายใน 14 วัน โดยการแสดงเจตนาเป็นลายลักษณ์อักษรแก่ผู้รับประกันภัย แต่ไม่จำเป็นต้องแสดงเหตุผลใดๆ ในการยกเลิกสัญญา โดยระยะเวลา 14 วัน จะเริ่มต้นตั้งแต่วันที่ผู้ถือกรรมธรรม์ได้รับเอกสารดังต่อไปนี้

1. กรรมธรรม์ประกันภัยและเงื่อนไขของสัญญา รวมถึงข้อมูลอื่นตามที่บัญญัติว่าด้วยหน้าที่ในการให้ข้อมูลแห่งพระราชบัญญัตินี้กำหนด และ

2. คำแนะนำที่ชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิในการยกเลิกสัญญาของผู้ถือกรรมธรรม์ และผลทางกฎหมายของการยกเลิก ซึ่งจะทำให้ผู้ถือกรรมธรรม์เข้าใจชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิในการยกเลิกของเขาสอดคล้องกับข้อกำหนดแห่งวิธีการสื่อสารที่ใช้ และชื่อของบุคคลที่จะต้องแสดงเจตนาการยกเลิก พร้อมด้วยที่อยู่ที่สามารถส่งเอกสารได้ รวมทั้งบันทึกอ้างอิงถึงการเริ่มต้นของระยะเวลาการยกเลิก

ผู้ถือกรรมธรรม์จึงมีสิทธิที่จะได้รับคำแนะนำอย่างเหมาะสมเกี่ยวกับสิทธิยกเลิกสัญญาในรูปแบบ “Text form” ซึ่งมีตามความหมายที่กำหนดไว้ในประมวลกฎหมายแพ่งเยอรมัน BGB มาตรา 126b หมายความว่าคำแนะนำนั้นจะต้องเป็นลายลักษณ์อักษร ดำเนินการลงบนสื่อทันทัน ซึ่งรวมถึงข้อความที่ส่งทางอีเมล โทรสาร หรือทางวิธีการออนไลน์อื่น ผู้รับประกันภัยมีภาระในการพิสูจน์ว่าผู้ถือกรรมธรรม์ได้รับข้อมูลตามที่กำหนดไว้

หากผู้ถือกรรมธรรม์ได้จัดส่งการแสดงเจตนาเลิกสัญญาภายใน 14 วัน ก็เพียงพอที่จะถือว่าได้ปฏิบัติการเลิกสัญญาภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าวแล้ว

สิทธิในการยกเลิกสัญญาประกันภัยนี้จะไม่ใช้บังคับกับ

- สัญญาประกันภัยที่มีระยะเวลาคุ้มครองน้อยกว่าหนึ่งเดือน
- สัญญาประกันภัยสำหรับความคุ้มครองชั่วคราว เว้นแต่จะเป็นสัญญาซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางตามความหมายของมาตรา 312c แห่งประมวลกฎหมายแพ่งเยอรมัน

- สำหรับสัญญาประกันภัยกองทุนบำเหน็จบำนาญตามบทบัญญัติที่กำหนดไว้ในสัญญาการจ้างงาน เว้นแต่จะเป็นสัญญาซึ่งอยู่ทางโดยระยะทางตามความหมายของมาตรา 312c ของประมวลกฎหมายแพ่งเยอรมัน
- สัญญาประกันภัยที่ครอบคลุมความเสี่ยงขนาดใหญ่ตามความหมายของมาตรา 210 (2)

มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในสัญญาประกันวินาศภัยของประเทศไทย

ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์และพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ไม่ได้มีการกำหนดให้สิทธิดังกล่าวแก่ผู้เอาประกันภัยไว้โดยตรง จึงได้ศึกษามาตรการควบคุมการดำเนินธุรกิจประกันวินาศภัยโดยคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัยพบบทการที่เกี่ยวข้องกับสิทธิเลิกสัญญาภายในช่วงระยะเวลาที่กำหนดของผู้เอาประกันภัย ดังนี้

1. ในประกาศคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการออก และเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยของบริษัทประกันวินาศภัย และการดำเนินการของตัวแทนประกันวินาศภัย นายหน้าประกันวินาศภัย และธนาคาร พ.ศ. 2563 ในหมวด 3 ผู้เสนอขาย ได้กำหนดให้ในการเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยผ่านทางโทรศัพท์ กรมธรรม์ประกันภัยที่เสนอขายผ่านทางโทรศัพท์ต้องได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียนให้เสนอขายผ่านทางโทรศัพท์ และจะต้องมีการระบุเงื่อนไขสิทธิการขอยกเลิกกรมธรรม์ประกันภัย (Free Look Period) เป็นเวลาสามสิบวัน หรือมากกว่าสามสิบวันไว้ด้วย ยกเว้นกรมธรรม์ประกันภัยคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์รวมการคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ และกรมธรรม์อัคคีภัยสำหรับที่อยู่อาศัยแบบประหยัดสำหรับรายย่อย (ไมโครอินซัวรันส์) หรือกรมธรรม์ประกันภัยอื่นตามที่นายทะเบียนประกาศกำหนด

และในประกาศนี้ ได้มีการกำหนดให้การเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยของบริษัทประกันวินาศภัยจะต้องมีการเปิดเผยข้อมูลกรมธรรม์ซึ่งได้แก่ บริษัทผู้รับประกันภัยและรายละเอียดของกรมธรรม์ประกันภัยเพื่อประกอบการตัดสินใจของลูกค้า โดยนำเสนอข้อมูลกรมธรรม์ประกันภัยอย่างครบถ้วนทั้งเงื่อนไข สิทธิประโยชน์ ข้อยกเว้น มีความถูกต้อง ชัดเจน ไม่เกินจริง ไม่บิดเบือน เปิดเผยข้อมูลผู้เสนอขายที่เป็นปัจจุบันเพื่อให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบผู้เสนอขายที่เป็นผู้กระทำการแทนนิติบุคคลซึ่งได้รับใบอนุญาตเป็นนายหน้าประกันวินาศภัย หรือธนาคาร หรือที่บริษัทอนุญาตให้ทำการเสนอขายกรมธรรม์ของบริษัท

2. ในคำสั่งนายทะเบียนที่ 56/2560 เรื่อง หลักเกณฑ์การให้ความเห็นชอบแบบและข้อความกรมธรรม์ประกันภัยและอัตราเบี้ยประกันภัยที่เสนอขายผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับบริษัทประกันวินาศภัย ได้ปรากฏในข้อ 4 แห่งคำสั่งว่า ให้บริษัทกำหนดข้อความต่อไปนี้ ในแบบและข้อความกรมธรรม์ประกันภัยและใบคำขอเอาประกันภัย “สิทธิการขอยกเลิกกรมธรรม์ประกันภัย (Free Look Period) หากผู้เอาประกันภัยประสงค์ยกเลิกกรมธรรม์ประกันภัยนี้ด้วยเหตุผลใดๆ ก็ตาม ผู้เอาประกันภัยมีสิทธิยกเลิกกรมธรรม์ประกันภัยและคืนกรมธรรม์ประกันภัยมายังบริษัทภายใน 15 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับกรมธรรม์ประกันภัยจากบริษัท เว้นแต่บริษัทได้ออกกรมธรรม์ประกันภัยให้แก่ผู้เอาประกันภัยโดยใช้วิธีทางอิเล็กทรอนิกส์ ผู้เอาประกันภัยไม่ต้องส่งคืนกรมธรรม์ประกันภัยให้แก่บริษัท ทั้งนี้ ให้ถือว่ากรมธรรม์ประกันภัยฉบับนี้ไม่มีผลใช้บังคับนับตั้งแต่วันเริ่มต้นของระยะเวลาประกันภัยตามที่ระบุในตารางกรมธรรม์ประกันภัย โดยบริษัทไม่ต้องรับผิดชอบความสูญเสียหรือความเสียหายใดๆ ที่เกิดขึ้นภายใต้กรมธรรม์ประกันภัยนี้ และบริษัทจะคืนเบี้ยประกันภัยที่ได้รับมาทั้งหมดให้กับผู้เอาประกันภัยตามวิธีการที่ได้ตกลงร่วมกันโดยไม่หักค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น”

และในประกาศคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการออก และเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยของบริษัทประกันวินาศภัย และการขอใช้เงิน หรือค่าสินไหมทดแทนตามสัญญาประกันภัย โดยใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2566 ได้กำหนดหน้าที่ให้บริษัทต้องปฏิบัติหรือจัดการให้นายหน้าประกันวินาศภัย และธนาคาร ปฏิบัติเกี่ยวกับการเสนอขายกรมธรรม์ผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (Online) ไว้ในข้อ 17 โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับสิทธิการขอยกเลิกกรมธรรม์ประกันภัย (Free Look Period) ระบุว่า

“(12) ภายในเจ็ดวันนับแต่วันที่บริษัทส่งกรมธรรม์ประกันภัยให้แก่ผู้เอาประกันภัย บริษัทต้องขอคำยืนยันจากผู้มุ่งหวังอีกครั้ง การขอคำยืนยันสามารถทำได้โดยการโทรศัพท์ไปหาผู้มุ่งหวังหรือด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์

ในการขอคำยืนยัน บริษัทต้องแจ้งให้ผู้มุ่งหวังทราบว่า หากยังคงยืนยันในการทำสัญญาประกันภัย ผู้มุ่งหวังมีสิทธิยกเลิกกรมธรรม์ประกันภัย (Free Look Period) ภายในสิบห้าวันนับแต่ผู้มุ่งหวังได้รับกรมธรรม์ประกันภัยจากบริษัท หรือมากกว่าสิบห้าวัน ทั้งนี้ ขึ้นกับแบบกรมธรรม์ประกันภัยที่มีการเสนอขาย ยกเว้นกรมธรรม์ประกันภัยคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์รวมการคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ และกรมธรรม์อัคคีภัยสำหรับที่อยู่อาศัยแบบประหยัดสำหรับรายย่อย (ไมโครอินซัวรันส์) และกรมธรรม์ประกันภัยการเดินทาง หรือกรมธรรม์ประกันภัยอื่นตามที่นายทะเบียนประกาศกำหนด”

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคพบว่าวัตถุประสงค์หนึ่งของการให้สิทธิถอนตัวแก่ผู้บริโภคในรูปแบบการเลิกสัญญาภายในระยะไต่ตรองก็เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากวิธีปฏิบัติทางการค้าเชิงรุก (Aggressive Commercial Practices) และจากสัญญาที่มีเนื้อหาซับซ้อน โดยเฉพาะสัญญาที่เกี่ยวข้องกับบริการทางการเงิน ซึ่งมักจะซับซ้อนถึงระดับที่แม้แต่ผู้บริโภคที่มีการศึกษาก็และมีข้อมูลเพียงพอก็อาจไม่สามารถประเมินได้อย่างง่ายดายว่าข้อเสนอจากผู้ให้บริการนั้นตรงกับความต้องการของเขาหรือไม่

จากการศึกษาลักษณะของสัญญาประกันวินาศภัยในธุรกิจประกันวินาศภัยพบว่า สัญญาประกันวินาศภัยเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคย่อมไม่อาจเห็นหรือทดลองใช้ได้เต็มที่ก่อนตัดสินใจซื้อบริการหรือในที่นี้คือก่อนเข้าผูกพันตามสัญญาประกันวินาศภัย แม้ในสัญญาประกันวินาศภัยจะมีกรรมธรรม์ (Policy) ซึ่งเป็นเอกสารแสดงรายละเอียดและต้องมีเนื้อความต้องตามสัญญาประกันวินาศภัยที่ผู้รับประกันภัยมีหน้าที่ต้องส่งมอบให้ผู้เอาประกันภัย แต่อย่างไรก็ดี โครงสร้างของกรรมธรรม์ประกันภัยมีโครงสร้างหลายส่วน มีความซับซ้อน มีรายละเอียดมาก นอกเหนือจากการกำหนดสิทธิหน้าที่ หลักเกณฑ์และเงื่อนไขทั่วไปแล้ว ยังมีส่วนข้อยกเว้นความคุ้มครองอีกด้วย อีกทั้งเมื่อพิจารณาว่ากรรมธรรม์เป็นสัญญาสำเร็จรูปที่ผู้รับประกันภัยเป็นฝ่ายจัดทำขึ้นล่วงหน้าแต่เพียงฝ่ายเดียวและมีหน้าที่ออกหรือส่งมอบให้แก่ผู้บริโภคเมื่อได้ตกลงทำสัญญากันแล้ว ผู้บริโภคจึงไม่ได้มีส่วนร่วมในการร่างหรือในการเจรจาต่อรองเพื่อกำหนดข้อตกลงหรือเงื่อนไขต่างๆ ในกรรมธรรม์ และผู้บริโภคซึ่งไม่ได้มีความรู้ความเข้าใจในข้อมูลและลักษณะของบริการย่อมไม่อาจทำความเข้าใจตัวสัญญาดังกล่าวได้ในระยะเวลาอันสั้น อาจตัดสินใจซื้อบริการไปโดยการตัดสินใจอย่างไม่คุ้มค่าทางเศรษฐกิจทั้งเมื่อสัญญาประกันวินาศภัยเป็นสัญญาที่เกี่ยวข้องกับบริการทางการเงินอย่างหนึ่งซึ่งมักจะมีความซับซ้อนถึงระดับที่แม้แต่ผู้บริโภคที่มีการศึกษาก็และมีข้อมูลเพียงพอก็อาจไม่สามารถประเมินได้อย่างง่ายดายว่าข้อเสนอจากผู้ให้บริการนั้นตรงกับความต้องการของเขาหรือไม่ อีกหนึ่งประการสำคัญคือ ในช่องทางการเสนอขายหลักๆ ในธุรกิจประกันวินาศภัยยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่พึ่งพาช่องทางการเสนอขายโดยตัวแทนประกันภัย นายหน้าประกันภัย หรือธนาคารซึ่งเป็นนายหน้าประกันภัย ต่างเสนอขายโดยมุ่งหวังบําเหน็จหรือค่าตอบแทนเพื่อการขายผลิตภัณฑ์ซึ่งเอื้อต่อการใช้กลยุทธ์การขายภายใต้แรงกดดัน (High-Pressure Sales Tactics) เพื่อให้ผู้เสนอขายบรรลุเป้าหมายทางยอดขาย สัญญาประกันวินาศภัยจึงมีแนวโน้มที่จะถูกนำเสนอขายด้วยวิธีการบังคับขายที่มีการกดดันผู้บริโภค และทำให้ผู้บริโภคได้ทำสัญญาภายใต้ภาวะกดดันทางจิตใจท่ามกลางสถานการณ์ที่ถูกชักจูงอย่างหนัก ด้วยเหตุที่กล่าวมานี้ ผู้บริโภคในสัญญาประกันวินาศภัยจึงควรได้มีระยะเวลาตามสมควรเพื่อเป็นโอกาสในการทำความเข้าใจตัวสัญญาที่มีความซับซ้อน จากการเข้าผูกพันตามสัญญาสำเร็จรูปซึ่งตนไม่ได้มีส่วนร่วมในการจัดทำขึ้นและอยู่ในฐานะที่มีอำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจและความเชี่ยวชาญที่ต่ำกว่าฝ่ายผู้รับประกันภัย อยู่ภายใต้ความไม่สมดุลทางข้อมูล และมีแนวโน้มที่จะถูกเสนอขายโดยการที่ใช้กลยุทธ์การขายภายใต้แรงกดดัน เพื่อให้ผู้บริโภคประเมินการตัดสินใจของตนในภาวะที่ปราศจากสิ่งเร้าทางอารมณ์โดยให้สามารถเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของตนภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ จึงเป็นประโยชน์ต่อการแก้ไขปัญหาตัดสินใจอย่างไม่คุ้มค่าทางเศรษฐกิจของผู้บริโภคได้ ยิ่งเมื่อพิจารณาว่า ในสัญญาประกันวินาศภัยนี้ ความเสี่ยงภัยที่มีนั้นเป็นของผู้เอาประกันภัยหรือผู้บริโภคที่ประสงค์จะโอนความเสี่ยงภัยไปยังผู้รับประกันภัยโดยการเข้าทำสัญญา เขาจึงควรได้ตัดสินใจได้อย่างเต็มที่ว่าจะจัดการความเสี่ยงภัยของตนให้ตรงกับความต้องการของตนได้มากที่สุดอย่างไร ดังนั้น สัญญาประกันวินาศภัยจึงเป็นการทำสัญญาระหว่างฝ่ายผู้ประกอบการธุรกิจประกันภัยมีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของตนในที่นี้ได้แก่กรรมธรรม์ และเป็นผู้จัดทำสัญญาสำเร็จรูปนั้นขึ้นแต่เพียงฝ่ายเดียว กับฝ่ายผู้เอาประกันภัยหรือผู้บริโภคไม่ได้มีความรู้ความเข้าใจในกรรมธรรม์ประกันภัยนั้นจึงไม่อาจตัดสินใจเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพเป็นความเหลื่อมล้ำด้านข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย อันเป็นเหตุที่รัฐสมควรเข้าแทรกแซงในการกำหนดหลักเกณฑ์ของการให้ความยินยอมความตกลงเข้าทำสัญญาของผู้บริโภคให้ดีขึ้นได้ และความเหลื่อมล้ำด้านข้อมูลข่าวสารกล่าวมานี้ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะในการเสนอขายที่เกิดขึ้นระหว่างคู่สัญญาซึ่งอยู่ห่างกันโดยระยะทาง

จากการศึกษามาตรการทางกฎหมายของต่างประเทศ แม้จะปรากฏมาตรการที่มีชื่อเรียกต่างกัน ได้แก่ สิทธิในการยกเลิก (The Right to Cancel) ของประเทศอังกฤษ, ระยะไต่ตรองสำหรับคืนผลิตภัณฑ์ทางการเงิน (Cooling-Off Period for Return of Financial Product) ของเครือรัฐออสเตรเลียหรือ สิทธิยกเลิกของผู้ถือกรรมธรรม์ (Policyholder's Right of Revocation) ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี จะเห็นได้ถึงลักษณะที่ของมาตรการข้างต้นมีร่วมกัน คือ การกำหนดระยะเวลาช่วงหนึ่งเพื่อให้ผู้บริโภค หรือผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ หรือผู้ถือกรรมธรรม์ ในสัญญาประกันวินาศภัย สามารถยกเลิกสัญญาได้ภายในช่วงระยะเวลาที่กำหนด แต่ก็จะมีข้อจำกัดการให้สิทธิหรือขอยกเว้นการใช้บังคับแก่สัญญาบางลักษณะ อย่างไรก็ดี ข้อยกเว้นการใช้บังคับของมาตรการในต่างประเทศตามที่ได้กล่าวมานี้ ก็ไม่ได้มุ่งหมายยกเว้นการใช้บังคับแก่สัญญาประกันภัยวินาศภัยทั่วไปเพราะเหตุที่สัญญานั้นมิใช่สัญญาที่คู่สัญญาอยู่ห่างกันโดยระยะทาง เมื่อศึกษามาตรการของประเทศอังกฤษและสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี พบว่ามาตรการของทั้งสองประเทศได้กำหนด

ระยะเวลาไต่รตรงอย่างมีความสัมพันธ์กับการได้รับข้อมูลของผู้บริโภค โดยกำหนดให้เริ่มต้นระยะเวลาไต่รตรงก็ต่อเมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนดแล้ว ซึ่งทำให้ผู้บริโภคได้รับความคุ้มครองในการทำสัญญาโดยการได้รับข้อมูลอย่างเพียงพอ

นอกจากนี้ พบว่ามาตรการทางกฎหมายในแต่ละประเทศ ต่างก็มีมาตรการกำหนดอย่างชัดเจนให้สิทธิเลิกสัญญาในระยะเวลาไต่รตรงนี้เป็นข้อมูลที่จะต้องเปิดเผยแก่ผู้เอาประกันภัยในการเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยด้วย

การอธิบายผล

มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องควรมีกกลไกกำหนดให้สิทธิเลิกสัญญาภายในระยะเวลาไต่รตรงแก่ผู้บริโภคในสัญญาประกันวินาศภัย โดยไม่จำกัดเฉพาะสัญญาที่เกิดขึ้นจากการเสนอขายที่คู่สัญญาอยู่ห่างกันโดยระยะทางเท่านั้น

อย่างไรก็ดี ในสัญญาประกันภัยบางลักษณะอาจไม่มีความจำเป็นที่จะต้องมีกลไกกำหนดสิทธิในการเลิกสัญญาภายในระยะเวลาไต่รตรงไว้ โดยอาจสรุปได้ ดังนี้

1. ในสัญญาที่ให้ความคุ้มครองในระยะเวลาสั้น เช่น สัญญาที่ให้ความคุ้มครองเพียงแค่ 1 สัปดาห์ หรือน้อยกว่า 1 เดือน หรือให้ความคุ้มครองเหตุการณ์ชั่วคราว เช่น กรมธรรม์ประกันภัยการเดินทางและสัมภาระ เนื่องจากระยะเวลาที่สัญญาจะมีผลบังคับสั้นเกินกว่าที่จะกำหนดให้ระยะเวลาไต่รตรงได้อย่างเหมาะสม

2. ในสัญญาที่คู่สัญญาได้ใช้สิทธิหรือมีการปฏิบัติตามสัญญาแล้ว เพราะสิทธิถอนตัวออกจากสัญญานี้มีลักษณะเป็นการเลิกสัญญาโดยมีผลย้อนหลัง จึงไม่เหมาะสมกับสัญญาที่ได้เรียกร้องหรือชำระผลประโยชน์กันแล้ว เพราะหากยังอนุญาตให้ผู้เอาประกันภัยเลิกสัญญาโดยอิสระได้อีกภายหลังที่ได้ใช้สิทธิเรียกร้องตามสัญญาแล้วย่อมเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เอาประกันภัยเมื่อเห็นว่าตนได้รับประโยชน์ตามสัญญาจากผู้รับประกันภัยแล้วจึงใช้สิทธิถอนตัวในเวลาต่อมา เพื่อขอคืนเบี้ยประกันภัยที่ได้ชำระไปหรือเพื่อปลดปล่อยหน้าที่ที่จะต้องชำระเบี้ยประกันภัยตามสัญญา

3. ในสัญญาที่อาจมีวัตถุประสงค์หลักหรือทั้งหมดเกี่ยวข้องกับเชิงพาณิชย์หรือมิใช่เพื่อการใช้สอยหรือการบริโภคส่วนตัว เนื่องด้วยการให้สิทธิเลิกสัญญาภายในระยะเวลาไต่รตรงนี้ถือเป็นหลักพิเศษเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค เมื่อสัญญาลักษณะนี้อาจมีวัตถุประสงค์เชิงพาณิชย์ หรือเป็นส่วนหนึ่งในการประกอบกิจการ หรือเพื่อประโยชน์ทางการค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงไม่มีความจำเป็นที่กฎหมายต้องมีกลไกกำหนดให้สิทธิดังกล่าว แต่อย่างไรก็ดี ยังมีข้อควรพิจารณาว่าหากสัญญายังคงเป็นสัญญาสำเร็จรูป ผู้เอาประกันภัยแม้มิใช่เพื่อการบริโภคส่วนตัว ยังอาจพิจารณาให้ได้รับความคุ้มครองได้ในฐานะที่เป็นคู่สัญญาฝ่ายที่ไม่ได้เป็นผู้ร่างสัญญาสำเร็จรูป

และเพื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงสิทธิประการนี้ มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องจึงควรกำหนดให้สิทธิเลิกสัญญาภายในระยะเวลาไต่รตรงเป็นข้อมูลที่ผู้บริโภคควรทราบก่อนการเข้าทำสัญญาด้วย

เมื่อได้ศึกษาวิเคราะห์มาตรการที่เกี่ยวข้องกับสิทธิการขอยกเลิกกรมธรรม์ประกันภัย (Free Look Period) ของประเทศไทย ด้วยแนวคิดที่เกี่ยวข้องและเปรียบเทียบกับมาตรการของต่างประเทศพบว่า มาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยยังมีช่องว่างในทางเนื้อหาและวิธีการที่ไม่สามารถกำหนดให้เป็นสิทธิเลิกสัญญาของผู้บริโภคในสัญญาประกันวินาศภัยได้ กล่าวคือ มาตรการที่มีผลบังคับเป็นการเฉพาะกรมธรรม์ที่จะเสนอขายผ่านทางโทรศัพท์และผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เท่านั้น ซึ่งเป็นสัญญาที่เกิดขึ้นจากการเสนอขายที่คู่สัญญาอยู่ห่างกันโดยระยะทาง จึงยังเกิดปัญหาว่า ในสัญญาประกันวินาศภัยที่เกิดขึ้นผ่านการเสนอขายกรมธรรม์โดยวิธีอื่นนอกเหนือจากการเสนอขายผ่านทางโทรศัพท์และการเสนอขายผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ผู้เอาประกันภัยในฐานะผู้บริโภคจะได้รับความคุ้มครองในการมีสิทธิเลิกสัญญาได้อย่างไร ทำให้ผู้บริโภคได้รับความคุ้มครองอย่างไม่เท่าเทียมกัน อีกทั้งไม่ปรากฏมาตรการที่ชัดเจนในการกำหนดให้สิทธิยกเลิกกรมธรรม์ประกันภัย (Free Look Period) นี้เป็นข้อมูลกรมธรรม์ที่ผู้เสนอขายจะต้องเปิดเผยเพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคอาจไม่ทราบถึงสิทธิที่ตนมีอยู่

ข้อเสนอแนะ

1. เสนอแนะให้มีการทบทวนมาตรการที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดสิทธิเลิกสัญญาในระยะเวลาไต่รตรงแก่ผู้บริโภคในสัญญาประกันวินาศภัยให้ผู้บริโภคได้รับความคุ้มครองอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่จำกัดเฉพาะเพียงแต่ในสัญญาที่คู่สัญญาอยู่ห่างกันโดยระยะทาง

- เสนอแนะให้มีการทบทวนมาตรการกำหนดให้สิทธิเลิกสัญญาในระยะเวลาโดยตรงเป็นข้อมูลกรรมธรรม์ที่ผู้เสนอขายมีหน้าที่จะต้องเปิดเผยเพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงสิทธิประการนี้ของตนก่อนที่จะเข้าทำสัญญา

ทั้งนี้ เพื่อให้สิทธิของผู้บริโภคในสัญญาประกันวินาศภัยที่ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอในการตัดสินใจเข้าผูกพันตามสัญญาได้รับความคุ้มครองอย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Loos, M. (2009). Rights of Withdrawal. *SSRN Electronic Journal*.
- Manfred Wandt, K. B. (2020). Disclosure Duties in German Insurance Contract Law. *Zeitschrift für die gesamte Versicherungswissenschaft*. 109, 1 (2020/02/01 2020). 81-103.
- ดาราพร ธีระวัฒน์. (2557). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่องสัญญาผู้บริโภค: วิเคราะห์ ศึกษาเปรียบเทียบหลักเกณฑ์การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาของต่างประเทศและของไทย. ม.ป.พ.
- ธีระรัตน์ จีระวัฒนา. (2553). การพัฒนากฎหมายในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค กรณีชำระค่าสินค้าและบริการล่วงหน้า. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศักดิ์ดา ธนิตกุล. (2564). กฎหมายกับธุรกิจ แนวคิด หลักกฎหมาย และคำพิพากษา (พิมพ์ครั้งที่ 5). นิติธรรม.
- สมาคมประกันวินาศภัยไทย. (2564). คู่มือประกันวินาศภัยไทย. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.