

ปัญหาและข้อจำกัดในการบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยมรรยาททนายความ กรณี การโฆษณา

ธีรศักดิ์ ลีละพัฒนา^{1*}, อานนท์ กานตะดา¹ และ ฉลองบุรณ์ เพ็งลำ¹

¹สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

*note_161@windowslive.com

บทคัดย่อ

องค์กรสหภาพทนายความมีหน้าที่กำกับดูแลผู้ประกอบการวิชาชีพทนายความ เพื่อให้ทนายความประพฤติตามข้อบังคับสหภาพทนายความว่าด้วยมรรยาททนายความ พ.ศ.2529 โดยข้อ 17 แห่งข้อบังคับดังกล่าวเป็นการจำกัดสิทธิของทนายความมากเกินไป ซึ่งเป็นการจำกัดไม่ให้ทนายความสามารถโฆษณาความสามารถเท่าที่ควร รวมถึงการแจ้งอัตราค่าบริการ โดยการจำกัดสิทธิดังกล่าวเป็นสิ่งที่มีการปฏิบัติมาอย่างยาวนาน ซึ่งอาจทำให้เกิดข้อเสียต่อทนายความ ประชาชน และ สังคม เมื่อศึกษากฎหมายและคดีของต่างประเทศ พบว่าปัจจุบันหลายประเทศได้อนุญาตให้ทนายความโฆษณาข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลการประกอบวิชาชีพได้ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด ดังนั้น ด้วยเหตุดังกล่าวสหภาพทนายความจึงควรพิจารณาแก้ไขข้อบังคับว่าด้วยมรรยาททนายความ พ.ศ. 2529 ข้อ 17 การโฆษณา โดยอนุญาตให้ทนายความโฆษณาข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลการประกอบวิชาชีพได้ภายใต้เงื่อนไขที่เหมาะสมเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น เปลี่ยนจากการ “จำกัดการโฆษณา” เป็น “การกำกับกับการสื่อสารอย่างมีจริยธรรม” ควรอนุญาตให้ทนายความระบุความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและแจ้งอัตราค่าบริการได้ภายใต้กรอบของความจริงและความโปร่งใส เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างการรักษาคำศักดิ์ศรีวิชาชีพกับการตอบสนองต่อความต้องการของสังคมในยุคปัจจุบัน

คำสำคัญ: มารยาททนายความ จริยธรรมทนายความ โฆษณาทางกฎหมาย

Problems and limitations in enforcing the law on lawyer ethics Advertising Cases

Theerasak Lelapattana^{1*}, Anon Kantada¹ and Chalongboon Panglum¹

¹Law Faculty of Humanities and Social Sciences Nakhon Pathom Rajabhat University

*note_161@windowslive.com

Abstract

The Lawyers' Council is responsible for supervising lawyers to ensure that lawyers behave in accordance with the Lawyers' Council Regulations on Lawyers' Ethics B.E. 2529 (1986), and Clause 17 of the Regulations restricts the rights of lawyers excessively. The restriction of such rights is something that has been practiced for a long time, which may cause disadvantages to lawyers. The public and society. When studying foreign laws and cases. It was found that many countries now allow lawyers to advertise personal and professional information under certain conditions. For this reason, the Bar Council should consider amending the Regulations on Lawyer Ethics B.E. 2529 (1986), Clause 17 Advertising, by allowing lawyers to advertise personal and professional information under appropriate conditions to solve the problems that arise. Moving from "restricting advertising" to "directing ethical communications" should allow lawyers to identify their expertise and inform rates within the framework of truth and transparency, balancing the preservation of professional dignity with responding to the needs of today's society.

Keywords: Legal Professional Etiquette, Lawyer's Ethics, Legal Advertising

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

แม้มรรยาททนายความจะกำหนดกรอบเกี่ยวกับการโฆษณาตนเองอย่างชัดเจน เพื่อป้องกันการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม การชักชวนทำนองการค้า และการลดทอนเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพ อย่างไรก็ตาม กฎเกณฑ์ดังกล่าวถูกออกแบบมาในบริบทที่สื่อมวลชนและช่องทางประชาสัมพันธ์ยังมีลักษณะจำกัด จึงเน้นการห้ามโฆษณาที่ถือเป็นการยั่วหรือชักชวนเชิงพาณิชย์เป็นสำคัญ ตามข้อบังคับสภาทนายความ ว่าด้วยมรรยาททนายความ พ.ศ. 2529 ข้อ 17 ได้กำหนดข้อจำกัดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณาตนเองของทนายความเพื่อป้องกันการแข่งขันในเชิงการค้าและรักษาเกียรติและศักดิ์ศรีของวิชาชีพทางกฎหมาย อย่างไรก็ตามข้อกำหนดดังกล่าวถูกวางอยู่บนพื้นฐานของบริบทในอดีต ซึ่งระบบเศรษฐกิจมีการแข่งขันไม่สูงและช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลยังมีข้อจำกัด แตกต่างจากสภาพสังคมในปัจจุบันที่เศรษฐกิจมีการแข่งขันสูงขึ้น ผู้ประกอบวิชาชีพจำเป็นต้องสร้างความน่าเชื่อถือเพื่อให้สามารถดำรงตนได้ท่ามกลางการแข่งขันในตลาดบริการทางกฎหมาย

แต่ในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์แพร่หลาย ประกอบกับจำนวนทนายความที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในวิชาชีพในเชิงสาธารณะมากยิ่งขึ้น ทนายความจำนวนมากจำเป็นต้องใช้ช่องทาง

ออนไลน์ในการสร้างตัวตนทางวิชาชีพ เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงบริการทางกฎหมายได้ง่ายขึ้น ทั้งในรูปแบบการให้ความรู้ทางกฎหมายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับคดีหรือผลงาน และการประชาสัมพันธ์ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ซึ่งปรากฏว่าแนวปฏิบัติเหล่านี้มักอยู่ในเส้นแบ่งที่คลุมเครือระหว่างการเผยแพร่ความรู้กับการโฆษณาทางวิชาชีพในขณะเดียวกัน ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการทางกฎหมายในยุคปัจจุบันก็มีความต้องการค้นคว้าข้อมูลและเปรียบเทียบบริการก่อนตัดสินใจว่าจ้างทนายความ ด้วยเหตุผลด้านประสิทธิภาพ ต้นทุน และผลลัพธ์ทางคดี จึงมีความคาดหวังที่จะเข้าถึงข้อมูลที่ชัดเจน โปร่งใส และสามารถระบุความเชี่ยวชาญของทนายความแต่ละรายได้อย่างสะดวก อย่างไรก็ตาม ทรัพยากรทนายความ ข้อ 17 ในรูปแบบปัจจุบันกลับมีข้อจำกัดที่ไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคยุคใหม่ ทำให้เกิดปัญหาในการเข้าถึงข้อมูลที่เพียงพอสำหรับการตัดสินใจ

ภายใต้บริบทดังกล่าว ทำให้เกิดปัญหาความไม่สอดคล้องระหว่าง “หลักมรรยาททนายความที่มีอยู่” กับ “พฤติกรรมวิชาชีพในสื่อยุคใหม่” ทั้งในด้านการตีความ การบังคับใช้ และผลกระทบทางการแข่งขันในตลาดวิชาชีพกฎหมาย ส่งผลให้เกิดคำถามเชิงวิชาการและเชิงนโยบายว่า กรอบมรรยาทปัจจุบันยังคงสามารถรองรับรูปแบบการสื่อสารของทนายความในยุคดิจิทัลได้หรือไม่ ในขณะเดียวกันก็ยังคงรักษาคำศักดิ์ศรี ความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจของสาธารณชนต่อวงการทนายความไว้ได้อย่างสมดุล

นอกจากนี้ จำนวนคดีความในสังคมไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทั้งในส่วนคดีแพ่ง อาญา และคดีธุรกิจ ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการใช้บริการทางกฎหมายที่สูงขึ้น โดยเฉพาะในสภาพเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันและความซับซ้อนเพิ่มมากขึ้นความต้องการข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้บริการทางกฎหมายจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการลดความเสี่ยงของผู้บริโภค แต่ด้วยข้อจำกัดของมรรยาททนายความข้อ 17 ทำให้การเผยแพร่ข้อมูลการให้บริการยังอยู่ในลักษณะจำกัดและคลุมเครือ มีการตีความที่ไม่เป็นเอกภาพ และอาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการเข้าถึงความยุติธรรมของประชาชน

จากสภาพปัญหาดังกล่าวทำให้เกิดข้อสงสัยเชิงวิชาการว่ามรรยาททนายความข้อ 17 ยังสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม และความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันเพียงใด และควรมีแนวทางปรับปรุงหรือไม่เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างการรักษาคำศักดิ์ศรีวิชาชีพกับการตอบสนองต่อการแข่งขันในตลาดบริการกฎหมาย รวมถึงการส่งเสริมให้ผู้บริโภคสามารถเลือกใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทความวิชาการนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาปัญหาการโฆษณาตนเองของทนายความในบริบทดังกล่าวจึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อการวางมาตรฐานวิชาชีพให้ทันสมัย สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง และสามารถสร้างดุลยภาพระหว่างสิทธิในการประกอบวิชาชีพกับประโยชน์สาธารณะได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเป็นการแก้ไขข้อบังคับมรรยาททนายความให้ไม่จำกัดสิทธิเกินความจำเป็นซึ่งจะเปรียบเทียบระหว่างกฎหมายไทยกับต่างประเทศ

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับมรรยาททนายความ

โดยในสังคมปัจจุบันนั้นมีความหลากหลายในอาชีพไม่ว่าจะเป็นอาชีพที่ต้องมีลักษณะของการเป็นวิชาชีพซึ่งหนึ่งในอาชีพนั่นก็คืออาชีพทนายความ โดยจะมีองค์กรที่ทำหน้าที่ควบคุมความประพฤติก็คือ สภาทนายความ รวมถึงการควบคุมดูแลการโฆษณาด้วย

วิชาชีพ คือ กลุ่มบุคคลที่มีระเบียบวินัย ยึดมั่นในมาตรฐานทางจริยธรรม และแสดงตนว่ามีความรู้และทักษะพิเศษในองค์ความรู้ที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง ซึ่งได้มาจากการวิจัย การศึกษา และการฝึกอบรมในระดับสูง และพร้อมที่จะประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะเหล่านี้เพื่อประโยชน์ของผู้อื่น

โดยเนื้อแท้แล้ว นิยามของวิชาชีพนั้นกำหนดให้มีจรรยาบรรณวิชาชีพควบคุมกิจกรรมของแต่ละวิชาชีพ จรรยาบรรณเหล่านี้กำหนดพฤติกรรมและการปฏิบัติที่เหนือกว่าภาระผูกพันทางศีลธรรมส่วนบุคคล จรรยาบรรณกำหนดและเรียกร้องมาตรฐานพฤติกรรมที่สูงในด้านการให้บริการแก่สาธารณะและการปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมวิชาชีพ บ่อยครั้งที่จรรยาบรรณเหล่านี้ได้รับการบังคับใช้โดยวิชาชีพ และได้รับการยอมรับจากชุมชน

ทนายความ หมายความว่า บุคคลที่ได้จดทะเบียนและได้รับใบอนุญาตให้เป็นทนายความจากสภาทนายความ (Lawyers Council of Thailand) ตามพระราชบัญญัติทนายความ พ.ศ.2528 ซึ่งหมายความว่าไม่สามารถประกอบอาชีพทนายความ (เช่น ว่าความในศาล) ได้โดยปราศจากการจดทะเบียนและใบอนุญาตดังกล่าว

วิชาชีพทนายความ หมายถึง อาชีพที่ประกอบหน้าที่เกี่ยวกับการให้บริการด้านกฎหมายอย่างเป็นระบบโดยผู้ประกอบวิชาชีพต้องได้รับใบอนุญาตที่ถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อทำหน้าที่ให้คำปรึกษา เห็นแนะ และเป็นตัวแทนของลูกค้าความในคดีต่าง ๆ รวมถึงการว่าความในศาล โดยหน้าที่หลักของทนายความคือช่วยคุ้มครองสิทธิของผู้ฟ้องร้อง หรือจำเลยให้ได้รับความยุติธรรมภายใต้กฎหมาย

สภาทนายความ หมายความว่า องค์การที่ทำหน้าที่กำกับดูแลผู้ประกอบวิชาชีพทนายความ จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติทนายความ พ.ศ.2528 โดยการกำกับดูแลทนายความก็ขึ้นอยู่กับองค์กรสภาทนายความ ที่จะใช้อำนาจดูแลซึ่งหนึ่งในนั้นคือ ข้อบังคับสภาทนายความว่าด้วยมรรยาท พ.ศ.2529 ข้อ 17 เป็นการกำหนดไม่ให้โฆษณา หรือยอมให้ผู้อื่นประกาศโฆษณาใด ๆ แทน ดังต่อไปนี้

(1) อัตราค่าจ้างว่าความ หรือแจ้งว่าไม่เรียกร้องค่าจ้างว่าความ เว้นแต่ การประกาศโฆษณาของทนายความเกี่ยวกับการช่วยเหลือประชาชนทางกฎหมายซึ่งดำเนินการโดยสภาทนายความเองหรือโดยสถาบัน สมาคม องค์กร หรือส่วนราชการใดที่เกี่ยวข้อง หรือ

(2) ชื่อ คุณวุฒิ ตำแหน่ง ถิ่นที่อยู่ หรือสำนักงาน อันเป็นไปในทางโอ้อวดเป็นเชิงชักชวนให้ผู้มีบรรดาศักดิ์มาหา เพื่อเป็นทนายความว่าต่าง หรือแก้ต่างให้ เว้นแต่การแสดงชื่อ คุณวุฒิหรืออื่น ๆ ดังกล่าวตามสมควรโดยสุภาพ [1],[2],[3]

หากทนายความกระทำความผิดข้อบังคับสภาทนายจะต้องรับโทษ ตามพระราชบัญญัติทนายความ พ.ศ.2528 มาตรา 52 ซึ่งจะต้องรับโทษ 3 สถาน คือ ภาคทัณฑ์ ห้ามทำการเป็นทนายความมีกำหนดไม่เกิน 3 ปี หรือลบชื่อออกจากทะเบียนทนายความ โดยศาลจะพิจารณาจากความร้ายแรงของความผิด และหากเป็นความผิดเล็กน้อยครั้งแรกอาจงดโทษได้ แต่ให้ทำทัณฑ์บนเป็นหนังสือ (จิตชัย ชินสันติ, 2556 หน้า 14-15)

เมื่อพิจารณาข้อบังคับแล้วจะเห็นได้ว่าข้อบังคับมรรยาททนายความ พ.ศ.2529 ข้อ 17 นั้นเป็นการจำกัดสิทธิของทนายความมากเกินไป โดยเป็นการจำกัดไม่ให้ทนายความสามารถโฆษณาความสามารถเท่าที่ควร รวมถึงค่าจ้างด้วยโดยการจำกัดสิทธิดังกล่าวเป็นสิ่งที่มีการปฏิบัติมาอย่างยาวนานแต่สอดคล้องกับสังคมปัจจุบัน ซึ่งอาจทำให้เกิดข้อเสียต่อทนายความประชาชน และสังคม ได้ดังนี้

ประการที่หนึ่ง ข้อกำหนดดังกล่าวส่งผลให้ทนายความจำนวนมากไม่สามารถนำเสนอข้อมูลด้านบริการของตนสู่สาธารณะได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งในสภาพสังคมปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูงและมีทนายความเพิ่มจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง การไม่สามารถให้ข้อมูลหรือประชาสัมพันธ์ได้เท่าที่ควร ย่อมทำให้ทนายความโดยเฉพาะผู้ที่เป็นทนายความรุ่นใหม่หรือผู้เริ่มต้นเข้าสู่วิชาชีพ ขาดช่องทางในการเข้าถึงลูกค้าและไม่สามารถแข่งขันในตลาดบริการทางกฎหมายได้อย่างเท่าเทียม ส่งผลให้เกิดความเหลื่อมล้ำภายในวิชาชีพโดยปริยาย

ประการที่สอง การจำกัดการเปิดเผยข้อมูลค่าจ้างหรืออัตราค่าบริการต่อสาธารณะ ทำให้ประชาชนไม่สามารถประเมินความเหมาะสมของค่าจ้าง บริการ และคุณภาพได้อย่างโปร่งใส เนื่องจากค่าบริการทางกฎหมายมีข้อมูลไม่แน่นอนอยู่แล้ว กล่าวคือ ผู้บริโภคมีข้อมูลเกี่ยวกับระบบกฎหมายและค่าจ้างน้อยกว่าผู้ให้บริการอย่างมาก การไม่เปิดเผยค่าจ้างหรือข้อมูลการให้บริการทำให้ประชาชนไม่สามารถตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ จนอาจนำไปสู่การถูกเอาเปรียบ หรือการเลือกบริการที่ไม่เหมาะสมต่อผลประโยชน์ของตน

ประการที่สาม การจำกัดการโฆษณาส่งผลให้เกิดข้อเสียต่อประโยชน์สาธารณะในภาพรวม เนื่องจากประชาชนจำนวนมากไม่สามารถรับรู้ได้ว่ามีทนายความที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในสาขาที่ตนต้องการความช่วยเหลืออยู่หรือไม่ ในขณะที่สังคมปัจจุบันมีคดีความเกิดขึ้นจำนวนมาก ทั้งในมิติของกฎหมายแพ่ง อาญา ครอบครัว ทรัพย์สินทางปัญญา หรือกฎหมายธุรกิจ การเข้าถึงทนายความที่ตรงสาขาย่อมช่วยลดภาระของระบบศาล เพิ่มคุณภาพของการต่อสู้คดี และทำให้

กระบวนการยุติธรรมมีประสิทธิภาพมากขึ้น การจำกัดการเผยแพร่ข้อมูลลักษณะนี้จึงอาจเป็นข้อจำกัดที่ขัดกับเป้าหมายเชิงระบบยุติธรรมในระยะยาว

ประการที่สี่ การขาดช่องทางการโฆษณาที่ถูกต้องตามกฎหมายส่งผลให้เกิดช่องทางที่ไม่เป็นทางการ เช่น การว่าจ้างนายหน้าหรือบุคคลกลาง การฝากงานผ่านสถาบันเทรนนิ่ง หรือกลุ่มเครือข่ายนอกระบบ ซึ่งวิธีการดังกล่าวมีความเสี่ยงต่อการทุจริต การแสวงหาผลประโยชน์ และทำลายภาพลักษณ์ของวิชาชีพมากกว่าการเปิดให้มีการโฆษณาอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และถูกควบคุมโดยองค์กรวิชาชีพ วิธีการนี้ยังส่งผลเสียต่อศักดิ์ศรีของวิชาชีพมากกว่าการเปิดเผยข้อมูลอย่างชัดเจนและโปร่งใสเสียอีก

ประการที่ห้า ในยุคสังคมดิจิทัลที่ข้อมูลข่าวสารและการซื้อบริการส่วนใหญ่เกิดขึ้นผ่านระบบออนไลน์ การจำกัดทนายความไม่ให้เผยแพร่ข้อมูลบนสื่อสาธารณะ เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ หรือสื่อโฆษณาอื่น ๆ อาจทำให้ประชาชนเข้าถึงบริการทางกฎหมายได้น้อยลง ในขณะที่วิชาชีพอื่นที่ให้บริการแก่ประชาชนเช่นกัน เช่น แพทย์ วิศวกร หรือผู้สอบบัญชี กลับสามารถเผยแพร่ข้อมูลหรือให้ความรู้ผ่านสื่อเพื่อประโยชน์สาธารณะได้มากกว่า การปิดกั้นทนายความในด้านนี้จึงอาจเป็นการจำกัดสิทธิในเชิงเศรษฐกิจและการประกอบอาชีพที่ไม่สอดคล้องกับหลักเสรีภาพในการประกอบวิชาชีพตามระบอบประชาธิปไตย [4]

2. แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการโฆษณาวิชาชีพกฎหมาย

การโฆษณาวิชาชีพกฎหมาย (Legal Profession Advertising) หมายถึง การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับบริการทางกฎหมายของทนายความหรือสำนักงานกฎหมายต่อสาธารณชน เพื่อให้ผู้รับบริการสามารถรับรู้ เปรียบเทียบ และตัดสินใจเลือกใช้บริการได้อย่างมีข้อมูลครบถ้วน อย่างไรก็ตาม การโฆษณาลักษณะดังกล่าวมีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากการโฆษณาทางการค้าโดยทั่วไป เนื่องจากวิชาชีพกฎหมายเป็นวิชาชีพอิสระที่ต้องยึดถือจริยธรรม ศักดิ์ศรี และความน่าเชื่อถือของกระบวนการยุติธรรมเป็นสำคัญ

ในอดีตหลายประเทศใช้แนวคิด “ห้ามโดยเด็ดขาด” ต่อการโฆษณาทนายความ โดยเห็นว่าการแข่งขันเชิงพาณิชย์อาจบ่อนทำลายเกียรติภูมิของวิชาชีพ แต่ในปัจจุบันแนวคิดดังกล่าวได้เปลี่ยนแปลงไปสู่การยอมรับการโฆษณาภายใต้กรอบการกำกับดูแลด้านจริยธรรม

3. แนวคิดและทฤษฎีจากระบบ Common Law และ Civil Law

วิชาชีพทนายความเป็นวิชาชีพที่มีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการยุติธรรม เนื่องจากทนายความมีหน้าที่ให้คำปรึกษาทางกฎหมาย ช่วยเหลือและคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชน ตลอดจนเป็นผู้แทนของคู่ความในการดำเนินคดีต่อศาล [1] การประกอบวิชาชีพทนายความจึงมิได้มีเพียงหน้าที่ในการให้บริการทางกฎหมายแก่ลูกค้าเท่านั้น แต่ยังมีหน้าที่ต่อศาล กระบวนการยุติธรรม วิชาชีพทนายความ และสังคมโดยรวม [1]

หลักมรรยาทและจริยธรรมทนายความมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดมาตรฐานการประพฤติปฏิบัติของผู้ประกอบวิชาชีพ โดยหลักการสำคัญที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ได้แก่ ความเป็นอิสระของทนายความ การรักษาความลับของลูกค้า การหลีกเลี่ยงผลประโยชน์ขัดกัน ความซื่อสัตย์ ความสามารถทางวิชาชีพ การรักษาศักดิ์ศรีของวิชาชีพ และการกำกับดูแลตนเองของวิชาชีพ [2] ดังนั้น มรรยาททนายความจึงมิได้มีวัตถุประสงค์เพียงเพื่อควบคุมพฤติกรรมของทนายความเท่านั้น แต่ยังมีความเกี่ยวข้องกับการรักษาความน่าเชื่อถือของกระบวนการยุติธรรมและการคุ้มครองประโยชน์สาธารณะ [1] [2]

ในปัจจุบัน การโฆษณาและการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับบริการทางกฎหมายเป็นประเด็นที่มีความสำคัญเพิ่มขึ้น เนื่องจากทนายความสามารถเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับบริการของตนผ่านสื่อหลายรูปแบบ รวมถึงสื่อออนไลน์และสื่อสังคม

ออนไลน์ การกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการสื่อสารดังกล่าวจึงต้องพิจารณาควบคู่กันระหว่างการคุ้มครองประชาชน การรักษา มาตรฐานทางจริยธรรม และสิทธิของประชาชนในการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับบริการทางกฎหมาย [3] [4]

การศึกษาหลักมรรยาทนายความและการโฆษณาวิชาชีพทนายความสามารถพิจารณาเปรียบเทียบได้จากระบบ กฎหมายที่สำคัญ ได้แก่ ระบบ Common Law และระบบ Civil Law แม้ทั้งสองระบบจะมีรากฐานและวิธีการพัฒนากฎหมาย แตกต่างกัน แต่ทั้งสองระบบต่างมีกฎเกณฑ์และองค์กรวิชาชีพที่มุ่งกำหนดมาตรฐานการประพฤติปฏิบัติของทนายความและ ควบคุมการสื่อสารเกี่ยวกับบริการทางกฎหมาย [2] [5]

ระบบ Common Law มีพัฒนาการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับคำพิพากษาของศาล กฎหมาย และกฎเกณฑ์ของ องค์กรวิชาชีพ ดังจะเห็นได้จากแนวทางของสหรัฐอเมริกาซึ่งมีทั้งคำพิพากษาของศาลสูงสุดและ ABA Model Rules of Professional Conduct ที่ใช้เป็นแนวทางสำคัญในการกำหนดมาตรฐานการประกอบวิชาชีพทนายความ [3] อย่างไรก็ตาม ABA Model Rules เป็นกฎต้นแบบที่แต่ละรัฐสามารถนำไปปรับใช้ในระบบกฎเกณฑ์ของตนเอง มีใช้กฎหมายที่มีผลใช้บังคับ โดยตรงเหมือนกันทั่วสหรัฐอเมริกา [3]

แนวคิดสำคัญของระบบ Common Law เกี่ยวกับมรรยาทนายความ คือ การให้ความสำคัญกับหน้าที่ของ ทนายความที่มีต่อลูกค้า ศาล และกระบวนการยุติธรรม โดยทนายความต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์และไม่ใช้วิธีการ ที่หลอกลวงหรือทำให้ศาลและประชาชนเข้าใจผิด [1] ในด้านการโฆษณา ABA Model Rule 7.1 กำหนดว่าทนายความต้องไม่ สื่อสารข้อมูลที่เป็นการเท็จหรือทำให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับตนเองหรือบริการทางกฎหมายของตน [6] ส่วน Rule 7.2 อนุญาตให้ ทนายความสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับบริการทางกฎหมายผ่านสื่อใด ๆ ได้ แต่กำหนดข้อจำกัดเกี่ยวกับการจ่ายค่าตอบแทนเพื่อให้ บุคคลแนะนำลูกค้าและการกล่าวอ้างเกี่ยวกับการเป็นผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ได้รับการรับรอง [3]

แนวคิดดังกล่าวสะท้อนการเปลี่ยนแปลงจากแนวคิดเดิมที่จำกัดการโฆษณาของทนายความไปสู่การยอมรับการ สื่อสารข้อมูลทางวิชาชีพภายใต้เงื่อนไขว่าข้อมูลนั้นต้องเป็นความจริงและไม่ทำให้ประชาชนเข้าใจผิด [6] การเปลี่ยนแปลง ดังกล่าวได้รับการพัฒนาอย่างสำคัญจากคำพิพากษาของศาลสูงสุดแห่งสหรัฐอเมริกาในคดี Bates v. State Bar of Arizona ซึ่งเกี่ยวข้องกับการโฆษณาบริการทางกฎหมายและการระบุค่าบริการ โดยศาลพิจารณาประเด็นเกี่ยวกับการคุ้มครองการ สื่อสารเชิงพาณิชย์ตามรัฐธรรมนูญสหรัฐอเมริกา [7]

นอกจากนี้ คดี Peel v. Attorney Registration and Disciplinary Commission of Illinois เป็นอีกคดีสำคัญที่ เกี่ยวข้องกับการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติและการรับรองความเชี่ยวชาญของทนายความ โดยข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการที่ ทนายความระบุว่าตนได้รับการรับรองด้านการว่าความคดีแพ่งจาก National Board of Trial Advocacy [8] คดีดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการแยกระหว่างข้อมูลข้อเท็จจริงที่สามารถตรวจสอบได้กับข้อความที่เป็นการกล่าวอ้างเกิน จริงหรือทำให้ประชาชนเข้าใจผิด [8]

ในทางกลับกัน ระบบ Civil Law มีรากฐานสำคัญจากกฎหมายลายลักษณ์อักษรและประมวลกฎหมาย โดย หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการประกอบวิชาชีพทนายความและการสื่อสารทางวิชาชีพมักถูกกำหนดไว้ในกฎหมายและข้อบังคับของ องค์กรวิชาชีพที่เป็นลายลักษณ์อักษร อย่างไรก็ตาม การมีรากฐานจากกฎหมายลายลักษณ์อักษรมิได้หมายความว่าประเทศใน ระบบ Civil Law จะห้ามการโฆษณาวิชาชีพทนายความโดยเด็ดขาด แต่หลายประเทศได้พัฒนาหลักเกณฑ์ให้สามารถเผยแพร่ ข้อมูลทางวิชาชีพได้ภายใต้เงื่อนไขเกี่ยวกับความถูกต้องและการไม่ทำให้ประชาชนเข้าใจผิด [4] [5]

ประเทศเยอรมนีเป็นตัวอย่างสำคัญของระบบ Civil Law โดย Bundesrechtsanwaltsordnung หรือ BRAO มาตรา 43b กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการโฆษณาของทนายความ โดยอนุญาตให้ทนายความโฆษณาได้เท่าที่การโฆษณานั้น ให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมทางวิชาชีพอย่างเป็นสาระ และไม่มุ่งหมายให้ได้มาซึ่งการว่าจ้างในคดีใดคดีหนึ่งโดยเฉพาะ [9] หลักเกณฑ์ดังกล่าวสะท้อนแนวคิดที่พยายามรักษาความเป็นวิชาชีพและศักดิ์ศรีของทนายความ ขณะเดียวกันก็ยอมรับการ เผยแพร่ข้อมูลที่เป็นสาระเกี่ยวกับการประกอบวิชาชีพ [9]

นอกจากนี้ ระบบกฎหมายเยอรมนียังมีแนวคิดเกี่ยวกับการรับรองความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของทนายความ ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นตัวอย่างในการพิจารณาการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับความเชี่ยวชาญของผู้ประกอบวิชาชีพได้ โดยหลักสำคัญ คือ การกล่าวอ้างความเชี่ยวชาญควรมีพื้นฐานจากคุณสมบัติและหลักเกณฑ์ที่สามารถตรวจสอบได้ มิใช่เป็นเพียงการกล่าวอ้างเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการตลาด [9]

ส่วนประเทศฝรั่งเศสซึ่งเป็นประเทศในระบบ Civil Law ได้พัฒนาหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการสื่อสารของทนายความผ่านกฎเกณฑ์ของ Conseil national des barreaux หรือ CNB โดย Article 10 ของ Règlement Intérieur National หรือ RIN ได้กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการสื่อสารของทนายความ และการปฏิรูปกฎดังกล่าวได้มุ่งทำให้หลักเกณฑ์การสื่อสารสามารถใช้กับสื่อประเภทต่าง ๆ ได้อย่างเป็นระบบ [10]

แนวทางของฝรั่งเศสยอมรับว่าทนายความสามารถกล่าวถึงสาขาหรือด้านการประกอบวิชาชีพของตนได้ หากข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลที่จริงเกี่ยวกับลักษณะของบริการทางกฎหมาย และการกล่าวถึงสาขาที่เป็นกิจกรรมหลักต้องมีพื้นฐานจากการปฏิบัติงานจริงและเป็นประจำของทนายความในสาขานั้น [10] แนวทางดังกล่าวสะท้อนการเปลี่ยนแปลงจากการมองการโฆษณาเป็นเพียงการชักชวนทางการค้า ไปสู่การยอมรับว่าการสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้องสามารถช่วยให้ประชาชนได้รับข้อมูลเกี่ยวกับบริการทางกฎหมายและตัดสินใจเลือกใช้บริการได้อย่างเหมาะสม [10]

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระบบ Common Law และ Civil Law จะเห็นได้ว่าความแตกต่างระหว่างทั้งสองระบบมิได้อยู่ที่การอนุญาตหรือห้ามการโฆษณาเพียงอย่างเดียว แต่ยังเกี่ยวข้องกับโครงสร้างและวิธีการพัฒนาหลักเกณฑ์ทางกฎหมาย โดยระบบ Common Law มักพัฒนาหลักเกณฑ์ผ่านคำพิพากษา กฎหมาย และกฎขององค์กรวิชาชีพ ขณะที่ระบบ Civil Law มักกำหนดหลักเกณฑ์ผ่านบทบัญญัติของกฎหมายและข้อบังคับที่เป็นลายลักษณ์อักษร [3] [9] [10]

อย่างไรก็ตาม ทั้งสองระบบมีหลักการร่วมกันที่สำคัญเกี่ยวกับการโฆษณาวิชาชีพทนายความ ได้แก่ หลักความจริง หลักความสุจริต หลักการไม่ทำให้ประชาชนเข้าใจผิด การคุ้มครองผู้บริโภค และการรักษาความน่าเชื่อถือและศักดิ์ศรีของวิชาชีพ [2] [6] [10] หลักการดังกล่าวปรากฏอย่างชัดเจนในกฎเกณฑ์ขององค์กรวิชาชีพและมาตรฐานทางจริยธรรมของทนายความในหลายประเทศ

นอกจากนี้ การกำหนดข้อจำกัดต่อการโฆษณาวิชาชีพทนายความควรคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการคุ้มครองประชาชนกับสิทธิในการสื่อสารข้อมูลทางวิชาชีพ โดยมาตรการที่ใช้ควรมุ่งควบคุมข้อมูลที่เป็นเท็จ หลอกลวง หรือทำให้ประชาชนเข้าใจผิด มากกว่าการห้ามการสื่อสารข้อมูลทางวิชาชีพทั้งหมด [6] แนวคิดดังกล่าวปรากฏในแนวทางของสหรัฐอเมริกาและประเทศในยุโรปที่อนุญาตให้ทนายความสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับบริการและความเชี่ยวชาญได้ภายใต้เงื่อนไขว่าข้อมูลดังกล่าวต้องเป็นจริงและไม่ทำให้ประชาชนเข้าใจผิด [3] [10]

จากแนวคิดของทั้งระบบ Common Law และ Civil Law สามารถนำมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์มรรยาททนายความและการโฆษณาวิชาชีพในประเทศไทยได้ โดยเฉพาะการพิจารณาว่าการจำกัดการโฆษณาตามข้อบังคับสภาทนายความว่าด้วยมรรยาททนายความ พ.ศ. 2529 ข้อ 17 มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีในปัจจุบันเพียงใด การศึกษากฎหมายต่างประเทศจึงมิได้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประเทศไทยนำระบบกฎหมายของประเทศใดมาใช้โดยตรง แต่เป็นการศึกษาแนวคิดและหลักการที่สามารถนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย

ดังนั้น แนวคิดจากระบบ Common Law และ Civil Law จึงสามารถนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการพัฒนาหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการโฆษณาวิชาชีพทนายความของประเทศไทย โดยอาจพิจารณาเปลี่ยนแนวทางจากการจำกัดการโฆษณาเป็นหลัก ไปสู่การกำกับเนื้อหาการสื่อสารอย่างมีจริยธรรม กล่าวคือ อนุญาตให้เผยแพร่ข้อมูลที่เป็นความจริง ตรวจสอบได้ และเป็นประโยชน์ต่อประชาชน ขณะเดียวกันยังคงห้ามการโฆษณาที่เป็นเท็จ หลอกลวง รับประกันผลคดี หรือทำให้ประชาชนเข้าใจผิด ทั้งนี้ เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างการรักษาศักดิ์ศรีและความน่าเชื่อถือของวิชาชีพทนายความกับสิทธิของทนายความในการสื่อสารข้อมูลทางวิชาชีพและสิทธิของประชาชนในการเข้าถึงข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางกฎหมาย

4. การเปรียบเทียบกฎหมายในประเทศไทยและประเทศต่าง ๆ

ประเทศไทย

การโฆษณาของทนายความถูกตีความค่อนข้างแคบและเคร่งครัด เน้นว่าทนายไม่ควรแสดงตนเพื่อดึงดูดลูกค้า เช่น การโอ้อวดความสามารถ การประกาศว่าตนเก่งที่สุด การรับประกันผลคดี หรือการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ ในลักษณะเชิงพาณิชย์ การเปิดเผยคำคดีหรือการสร้างภาพลักษณ์เพื่อให้คนมาจ้างอาจเข้าข่ายผิดตามข้อบังคับ สภาทนายความว่าด้วยมรรยาท พ.ศ 2529 ข้อ 17 แนวคิดหลัก คือ รักษาศักดิ์ศรีและความน่าเชื่อถือของวิชาชีพ

ประเทศสหรัฐอเมริกา (United States)

คำว่า “โฆษณา” ถูกมองว่าเป็นการสื่อสารเชิงพาณิชย์ที่สามารถทำได้ หากเป็นข้อมูลจริงและไม่ทำให้เข้าใจผิด เช่น การลงโฆษณาค่าบริการ ความเชี่ยวชาญ หรือประสบการณ์ คดีสำคัญอย่าง *Bates v. State Bar of Arizona* ทำให้การโฆษณาทนายได้รับความคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญ แนวคิดคือประชาชนควรมีสิทธิรับรู้ข้อมูลเพื่อเลือกใช้บริการได้ตาม (ABA Model Rules of Professional Conduct)

ประเทศสหราชอาณาจักร (United Kingdom)

อนุญาตให้โฆษณาได้ในลักษณะให้ข้อมูล เช่น ประสบการณ์ สาขาความเชี่ยวชาญ และค่าบริการแต่ต้องไม่หลอกลวงหรือทำให้เข้าใจผิด หน่วยงานกำกับวิชาชีพจะเน้นควบคุมเนื้อหา ไม่ได้ห้ามการโฆษณาโดยสิ้นเชิงแนวคิดคือ ให้ข้อมูลอย่างมีมืออาชีพและโปร่งใส (SRA Code of Conduct)

ประเทศออสเตรเลีย (Australia)

ทนายสามารถโฆษณาผ่านเว็บไซต์หรือสื่อออนไลน์ได้ รวมถึงการระบุบริการและค่าธรรมเนียม แต่ห้ามใช้ถ้อยคำเกินจริง เช่น รับประกันชนะคดี หรือกล่าวอ้างว่าดีกว่าผู้อื่น แนวทางคล้ายประเทศสหรัฐอเมริกา คือเปิดกว้างแต่ควบคุมความถูกต้องของข้อมูล (Legal Profession Uniform Law Australian)

5. วิเคราะห์กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศ

กรณีศึกษาที่ 1

ประเทศไทย

ทนายความรายหนึ่งโพสต์โฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ว่า “ทนายความที่ได้รับการรับรองจากองค์กรระดับประเทศ เชี่ยวชาญคดีอาญาอันดับ 1 รับประกันชนะคดี” ข้อความดังกล่าวเข้าข่ายเป็นการกระทำที่ผิดมรรยาททนายความตามข้อบังคับข้อ 17 เนื่องจากการอ้างว่า “ได้รับการรับรอง” ทั้งที่ไม่ใช่การรับรองตามกฎหมายหรือจากหน่วยงานที่มีอำนาจโดยตรง ซึ่งอาจทำให้ประชาชนเข้าใจผิดและหลงเชื่อว่าทนายรายนี้มีสถานะหรือความสามารถเหนือกว่าทนายคนอื่น

นอกจากนี้ การใช้ถ้อยคำว่า “อันดับ 1” และ “รับประกันชนะคดี” ยังเป็นการโอ้อวดและชักจูงในเชิงพาณิชย์สร้างความคาดหวังเกินจริงต่อผลของคดี อันกระทบต่อความน่าเชื่อถือของวิชาชีพและถือเป็นการโฆษณาที่ไม่เหมาะสมตามหลักจริยธรรมของทนายความในประเทศไทย

การโพสต์ดังกล่าวในประเทศไทยนั้นจะถูกกำจัดสิทธิไว้ เนื่องจากการพูดโอ้อวดเพื่อชักจูงให้คนหลงเชื่อแต่กรณีของประเทศสหรัฐอเมริกานั้น ให้สิทธิสามารถทำได้ถ้าไม่เป็นการหลอกลวงประชาชน เช่นคดี *Peel v. Attorney Disciplinary Commission of Illinois*

กรณีศึกษาที่ 2

ประเทศสหรัฐอเมริกา

คดี *Peel v. Attorney Disciplinary Commission of Illinois*

Peel v. Attorney Disciplinary Commission of Illinois เป็นคดีของศาลสูงสุดของสหรัฐอเมริกาในปี 1990 ที่ตัดสินว่า กฎของรัฐอิลลินอยส์ที่ห้ามทนายความโฆษณาตัวเองว่า “ได้รับการรับรอง (certified)” ขัดกับเสรีภาพในการพูดตามบทแก้ไขครั้งที่หนึ่งของรัฐธรรมนูญสหรัฐ

คดี *Peel v. Attorney Registration and Disciplinary Commission of Illinois*, 496 U.S. 91 (1990) เป็นการขยายหลักจากคดี *Bates* โดยศาลสูงสุดสหรัฐอเมริกาวินิจฉัยว่า การที่ทนายความระบุว่าตนได้รับการรับรองความเชี่ยวชาญจากองค์กรเอกชน (NBTA) บนหัวจดหมายสำนักงาน เป็นการสื่อสารข้อเท็จจริงเชิงวัตถุ มิใช่การรับประกันคุณภาพหรือผลลัพธ์ของคดี

ศาลเห็นว่า แม้รัฐจะมีความกังวลว่าประชาชนอาจเข้าใจผิด แต่ความกังวลดังกล่าวไม่เพียงพอที่จะใช้เป็นเหตุห้ามโดยเด็ดขาด หากรัฐสามารถใช้มาตรการที่จำกัดเสรีภาพน้อยกว่า เช่น การกำหนดให้มีคำชี้แจง (disclaimer) เพื่อป้องกันความเข้าใจผิด

คำพิพากษานี้ทำให้เห็นว่า หลักว่า การโฆษณาของทนายความที่เป็น “ความจริง ตรวจสอบได้ และไม่ทำให้เข้าใจผิดโดยเนื้อแท้” ย่อมได้รับความคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญ

วิเคราะห์

แนวคิดของสหรัฐจึงให้ความสำคัญกับ “สิทธิในการสื่อสารข้อมูล” ของทนายและ “สิทธิในการรับรู้ข้อมูล” ของประชาชนเป็นหลัก มองว่าการเปิดเผยคุณสมบัติหรือการรับรองจากองค์กรวิชาชีพช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกทนายได้ดีขึ้น ข้อดีของระบบนี้ คือ ส่งเสริมการแข่งขันอย่างเสรี ทำให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับความเชี่ยวชาญของทนายได้มากขึ้น และคุ้มครองเสรีภาพในการแสดงออกตามรัฐธรรมนูญ อย่างไรก็ตาม ข้อเสีย คือ อาจทำให้เกิดความสับสนได้ หากประชาชนไม่เข้าใจความแตกต่างขององค์กรรับรอง หรือเข้าใจผิดว่าการได้รับการรับรองเป็นการการันตีคุณภาพหรือผลลัพธ์ของคดี

ในประเทศไทย แนวทางกลับมีลักษณะเข้มงวดและเน้นการควบคุมจริยธรรมวิชาชีพมากกว่าตัวอย่างกรณีทนายโพสดีโฆษณาว่า “ได้รับการรับรองจากองค์กรระดับประเทศ เชี่ยวชาญคดีอาญาอันดับ 1 รับประกันชนะคดี” ถือว่าเข้าข่ายผิดมรรยาททนายความตามข้อ 17 เนื่องจากเป็นการอ้างการรับรองที่ไม่มีกฎหมายรองรับ เป็นการโอ้อวดตนเอง และเป็นการชักจูงประชาชนในเชิงพาณิชย์ อีกทั้งคำว่า “อันดับ 1” และ “รับประกันชนะคดี” เป็นข้อความที่ทำให้เข้าใจผิดและสร้างความคาดหวังเกินจริง ซึ่งกระทบต่อศักดิ์ศรีและความน่าเชื่อถือของวิชาชีพโดยรวม แนวคิดของไทยจึงเน้นการรักษาภาพลักษณ์และความเป็นกลางของวิชาชีพกฎหมายเป็นสำคัญ ข้อดีของระบบนี้ คือ ช่วยป้องกันการโฆษณาเกินจริง ลดการหลอกลวงประชาชน และคงความสง่างามของวิชาชีพทนายความ แต่ข้อเสีย คือ อาจทำให้ทนายไม่สามารถสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับความเชี่ยวชาญของตนได้อย่างชัดเจน ส่งผลให้ประชาชนมีข้อมูลจำกัดในการเลือกใช้บริการ และลดการแข่งขันในเชิงคุณภาพ

เมื่อเปรียบเทียบกัน จะเห็นว่าสหรัฐอเมริกาให้น้ำหนักกับเสรีภาพและข้อมูลที่เป็นจริงเป็นหลัก โดยเปิดโอกาสให้โฆษณาได้ตรงเท่าที่ไม่หลอกลวง ขณะที่ประเทศไทยให้น้ำหนักกับจริยธรรมและการป้องกันความเข้าใจผิดมากกว่าจึงกำหนดข้อจำกัดที่เข้มงวดกว่า แนวทางของสหรัฐอเมริกาเหมาะกับสังคมที่ให้ความสำคัญกับสิทธิและการแข่งขันเสรีส่วนแนวทางของไทยสะท้อนค่านิยมที่เน้นความน่าเชื่อถือและเกียรติของวิชาชีพ

กรณีศึกษาที่ 3

แนวทางของสหภาพยุโรปและจริยธรรมวิชาชีพ

คดีนี้จึงวางหลักว่า “การคุ้มครองผู้บริโภค” และ “เสรีภาพในการรับรู้ข้อมูล” เป็นเหตุผลสำคัญที่รัฐไม่อาจปิดกั้นการโฆษณาทางกฎหมายโดยสิ้นเชิง

ตามการศึกษาของ Savu (2024) การโฆษณาวิชาชีพกฎหมายในสหภาพยุโรปพัฒนาจากการห้ามโดยเด็ดขาดไปสู่การยอมรับอย่างกว้างขวาง โดยมีกรอบสำคัญคือ Code of Conduct for European Lawyers ของ CCBE ซึ่งอนุญาต



ให้ทนายความเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับบริการของตนได้ トラバドที่ข้อมูลนั้นเป็นความจริง ไม่ทำให้เข้าใจผิด และเคารพหลักจริยธรรมพื้นฐานของวิชาชีพ

อย่างไรก็ดี กฎรายละเอียดในแต่ละประเทศสมาชิกยังแตกต่างกัน และทนายความยังคงต้องปฏิบัติตามข้อจำกัดของกฎหมายภายในประเทศ โดยเฉพาะในประเด็นการห้ามรับประกันผลคดี การอวดผลสำเร็จ หรือการโฆษณาเชิงเปรียบเทียบ

ในระดับสามฝ่ายยุโรปประมวลจริยธรรมทนายความยุโรปของสภาทนายความแห่งยุโรป CCBE รับรองสิทธิของทนายความในการโฆษณาหรือเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการทางกฎหมายได้ โดยกำหนดว่าการสื่อสารดังกล่าวต้องเป็นความจริง ไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดเคารพการรักษาของลูกค้าและไม่ละเมิดคุณค่าพื้นฐานของวิชาชีพ

คดีในประเทศไทย

กรณี “ทนายรับเงินค่าแถลงข่าว”

เมื่อปี 2566 มีรายงานข่าวว่า ทนายความรายหนึ่งถูกตั้งข้อสังเกตว่าอาจผิดมรรยาท จากการเรียกเงินค่าแถลงข่าว และนำข้อมูลพาดพิงผู้อื่นออกสื่อ ซึ่งเกี่ยวข้องกับข้อห้ามโฆษณาหรือแสดงตัวในฐานะทนายเพื่อดึงดูดลูกค้า (เพราะมีการนำเสนอผ่านโซเชียล และสื่อ) และที่ประชุมมรรยาททนายจะพิจารณาเรื่องนี้ต่อไป

จากข่าวระบุว่า ยังไม่มีคำตัดสินขั้นสุดท้าย แต่เป็นตัวอย่างว่าการทำกิจกรรมด้านประชาสัมพันธ์แบบมีการเรียกเงินและโฆษณามีความเสี่ยงต่อการถูกตรวจสอบเรื่องมรรยาท

จะเห็นได้ว่าการโฆษณาคำคดีในประเทศไทยเป็นการผิดมรรยาทตามข้อบังคับข้อที่ 17

การโฆษณาค่าบริการทนายความในประเทศไทยนั้นไม่สามารถทำได้เนื่องจากเป็นการเปิดเผยค่าทนายความแต่ในกรณี คดีของรัฐ Arizona ให้สิทธิในการที่จะเสนอค่าทนายความได้ เช่น คดี Bates v. State Bar of Arizona, 433 U.S. 350 (1977)

คดีในประเทศสหรัฐอเมริกา

คดี Bates v. State Bar of Arizona, 433 U.S. 350 (1977)

คดี Bates v. State Bar of Arizona, 433 U.S. 350 (1977) เป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของกฎหมายอเมริกันเกี่ยวกับการโฆษณาวิชาชีพกฎหมาย ศาลสูงสหรัฐอเมริกาวินิจฉัยว่า การโฆษณาบริการทางกฎหมายซึ่งเป็นความจริงและไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด จัดเป็นการแสดงความคิดเห็นเชิงพาณิชย์ (commercial speech) ที่ได้รับความคุ้มครองตามบทบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมครั้งที่หนึ่งแห่งรัฐธรรมนูญสหรัฐอเมริกา

ศาลสูงสหรัฐวินิจฉัยว่า การห้ามการโฆษณาทนายความโดยเด็ดขาดขัดต่อเสรีภาพในการแสดงออก (First Amendment) เป็นมาตรการที่เกินสมควรแก่เหตุ และไม่สอดคล้องกับหลักความได้สัดส่วน (principle of proportionality) เนื่องจากรัฐสามารถใช้มาตรการที่จำกัดสิทธิที่น้อยกว่านั้น เช่น การกำกับเนื้อหาหรือการห้ามโฆษณาที่เป็นเท็จหรือหลอกลวงแทนการห้ามทั้งหมด

วิเคราะห์

ในสหรัฐอเมริกา ตามแนวคิดจากคดี Bates v. State Bar of Arizona การอนุญาตให้ทนายโฆษณาบริการหรือแจ้งค่าดำเนินคดีที่เป็นความจริงได้ ทำให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น สามารถเปรียบเทียบราคา ความเชี่ยวชาญและบริการของทนายแต่ละคนก่อนตัดสินใจเลือกใช้ นอกจากนี้ยังช่วยให้ทนายหน้าใหม่หรือสำนักงานขนาดเล็กมีโอกาสแข่งขันกับรายใหญ่ได้ เกิดการแข่งขันด้านคุณภาพและราคา ส่งผลให้บริการทางกฎหมายเข้าถึงได้กว้างขึ้น โดยเฉพาะกับคนรายได้น้อยแนวทางนี้จึงเน้นความโปร่งใสและสิทธิในการรับรู้ข้อมูลของประชาชนเป็นสำคัญ ขณะที่ประเทศไทยมีข้อจำกัดตามมรรยาททนายความ ข้อ 17 ที่ไม่สนับสนุนการโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ในลักษณะดึงดูดลูกค้า เช่น การเปิดเผยคำคดี หรือการออกสื่อเพื่อสร้างชื่อเสียง แม้ข้อดีคือ ช่วยรักษาภาพลักษณ์และป้องกันการโอ้อวดเกินจริง แต่ก็ทำให้ประชาชน มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจน้อยกว่า และทนายหน้าใหม่มีโอกาสสร้างการรับรู้ที่น้อยกว่าทนายที่มีชื่อเสียงอยู่แล้ว

วิเคราะห์เหตุผลของคำพิพากษาประกอบเพิ่มเติม

1. เหตุผลทางด้านเจตนารมณ์และคุณธรรมแห่งวิชาชีพ

รักษาความศักดิ์สิทธิ์และเกียรติศักดิ์ของวิชาชีพ โดยศาลและคณะกรรมการมรรยาทนายความมองว่า วิชาชีพนายความมิใช่การประกอบธุรกิจการค้าเพื่อแสวงหากำไรบริสุทธิ์ แต่เป็นวิชาชีพทางกฎหมายที่มีหน้าที่ผดุงความยุติธรรม ดังนั้น การโฆษณาที่เข้าข่ายอวดอ้างความสามารถ การโอ้อวดผลชนะคดี หรือการใช้ข้อความในลักษณะเชิญชวนเชิงพาณิชย์ จึงเป็นการลดทอนศักดิ์ศรีของวิชาชีพ

ป้องกันการแสวงหาประโยชน์จากความทุกข์ร้อนของประชาชน ซึ่งการโฆษณาหรือตั้งข้อความเรียกร้องลูกความในลักษณะโอ้อวดเกินจริง อาจทำให้ประชาชนที่กำลังประสบปัญหาทางกฎหมายเกิดความเข้าใจผิด ถูกหลงเชื่อ และตกเป็นเหยื่อของการจูงใจที่ไม่เป็นธรรม

2. เหตุผลด้านหลักเกณฑ์การตีความข้อบังคับมรรยาทนายความ

การพิจารณาเจตนาและรูปแบบการสื่อสาร โดยคำวินิจฉัยให้น้ำหนักกับ “สาระสำคัญและพฤติการณ์” ของการเผยแพร่ข้อความ หากข้อความหรือสื่อนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียกร้องความสนใจ สื่อไปในทางโฆษณาบริการทางกฎหมายเกินขอบเขตที่กฎหมายอนุญาต (เช่น ไม่ได้เป็นเพียงการให้ความรู้ทางกฎหมายแก่ประชาชนโดยบริสุทธิ์ใจ แต่แฝงการโปรโมทตนเองหรือสำนักงาน) จะถือว่าเข้าข่ายฝ่าฝืนข้อบังคับมรรยาทนายความ

ศาลและคณะกรรมการฯ ยอมรับการระบุข้อมูลพื้นฐาน เช่น ชื่อ-นามสกุล ที่ตั้งสำนักงาน หรือความเชี่ยวชาญตามสมควร แต่เหตุผลที่นำไปสู่การลงโทษคือการใช้คำสโลแกน การรับประกันผลคดี หรือการอ้างอิงปริมาณคดีที่ชนะ ซึ่งเป็นการกระทำที่เกินกว่าขอบเขตข้อมูลพื้นฐาน

3. เหตุผลด้านความสมดุลระหว่างสิทธิเสรีภาพกับการจัดระเบียบวิชาชีพ

แม้ในปัจจุบันจะมีการเรียกร้องให้เปิดกว้างด้านการสื่อสารตามยุคสมัยดิจิทัล แต่เหตุผลสำคัญที่ศาล/คณะกรรมการฯ ยังคงวางหลักเกณฑ์เข้มงวด คือการรักษามาตรฐานสภาทนายความในการกำกับดูแลสมาชิก เพื่อไม่ให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมระหว่างทนายความด้วยกันเอง ซึ่งอาจนำไปสู่การตัดราคาหรือการให้บริการที่ด้อยคุณภาพ

5. สรุป

ข้อดีของต่างประเทศเมื่อเทียบกับประเทศไทย คือความเปิดกว้างด้านข้อมูล ความโปร่งใส และการแข่งขันที่เป็นธรรมมากกว่า ซึ่งช่วยให้ประชาชนเลือกใช้บริการได้เหมาะสมกับความต้องการและงบประมาณของตนเอง ในขณะที่ไทยยังคงให้ความสำคัญกับการควบคุมจริยธรรมและภาพลักษณ์วิชาชีพเป็นหลัก ทำให้ความคล่องตัวในการสื่อสารบริการทางกฎหมายยังมีข้อจำกัดอยู่มาก

ประเทศอังกฤษ

ในสหราชอาณาจักร ภายใต้การกำกับของ Solicitors Regulation Authority (SRA)

สำนักงานกฎหมายสามารถเผยแพร่ข้อมูลบริการและราคาได้ โดยต้องไม่ทำให้เข้าใจผิดซึ่งข้อความ ต่อไปนี้

“ค่าธรรมเนียมการหย่าร้างแบบเหมาจ่ายเริ่มต้นที่ 999 ปอนด์ (รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)”

“เราเชี่ยวชาญด้านกฎหมายแรงงานด้วยประสบการณ์กว่า 15 ปี”

“ให้คำปรึกษาเบื้องต้นฟรี 30 นาที”

ข้อความลักษณะนี้พบได้ทั่วไปบนเว็บไซต์สำนักงานกฎหมายในอังกฤษ และถือว่าถูกต้องตามกฎหมายเป็นความจริง และไม่มีกรับประกันผลคดี จะเห็นว่าในประเทศอังกฤษนั้นให้เสรีในการโฆษณามากกว่าประเทศไทย เนื่องจากในไทยการโฆษณาว่า “เริ่มต้นเพียง...” หรือ “ปรึกษาฟรี” ผ่านเว็บไซต์ หรือโซเชียลมีเดีย อาจเข้าข่ายโฆษณาหลอกลวงโดยตรง ประเทศออสเตรเลีย

ทนายสามารถโฆษณาได้ หากไม่หลอกลวงหรือรับประกันผล ตามข้อความ ดังต่อไปนี้

“ไม่ชนะ ไม่คิดค่าบริการ – เป็นไปตามเงื่อนไข”

“ผู้เชี่ยวชาญด้านการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนจากอุบัติเหตุทางรถยนต์”

“ทนายความด้านการชดเชยค่าเสียหาย – โทร 1800 XXX XXX”

ข้อความลักษณะนี้ปรากฏทั่วไปในสื่อออนไลน์และป้ายโฆษณา และถือว่าถูกต้องตามกฎหมาย หากมีการเปิดเผยเงื่อนไขครบถ้วน และไม่รับประกันชัยชนะ จะเห็นว่าในประเทศออสเตรเลียให้เสรีด้านการโฆษณามากกว่าในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยหากการใช้คำว่า “ไม่ชนะคดี ไม่คิดค่าบริการ” หรือ “ผู้เชี่ยวชาญคดี” ในลักษณะโฆษณาสาธารณะ อาจถูกมองว่าเป็นการโอ้อวดหรือชักชวนลูกความ

ดังนั้น จากการศึกษากรณีเกี่ยวกับมรยาททนายความทั้งในประเทศและต่างประเทศนั้นได้พบว่า การอนุญาตให้โฆษณาได้ค่อนข้างกว้าง แต่ต้องอยู่ในกรอบข้อจำกัด และจะต้องไม่หลอกลวงและตรวจสอบได้ จึงควรพัฒนาแนวทางโฆษณาของไทยให้ทันสมัยขึ้น โดยไม่ทำลายจริยธรรมวิชาชีพ โดยอาจจะทำได้ดังต่อไปนี้

1. กำหนดหลักเกณฑ์การโฆษณาโดยยึด “ความถูกต้องของข้อมูล” เป็นศูนย์กลาง

เพื่อรักษามาตรฐานและเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคทางกฎหมายควรกำหนดให้การโฆษณาของทนายความต้องเป็นข้อมูลที่สามารถพิสูจน์ได้ เช่น ประสิทธิภาพการทำงาน ประเภทคดีที่รับทำ หรือวุฒิการศึกษา โดยห้ามใช้ถ้อยคำที่รับประกันผลคดี

2. ปรับแนวคิดจาก “การจำกัดการโฆษณา” เป็น “การกำกับการสื่อสารอย่างมีจริยธรรม”

เพื่อลดความคลุมเครือในการบังคับใช้กฎและส่งเสริมการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในวิชาชีพ ประเทศไทยควรปรับแนวคิดการกำกับการโฆษณาทนายความจากการห้ามเป็นหลัก ไปสู่การกำหนดกรอบการสื่อสารที่ชัดเจน โปร่งใส และตรวจสอบได้

3. ส่งเสริมการระบุความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านภายใต้เงื่อนไขที่ชัดเจน

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจับคู่ระหว่างประชาชนกับทนายความ และลดความเหลื่อมล้ำด้านการเข้าถึงบริการทางกฎหมาย ควรอนุญาตให้ทนายความระบุความเชี่ยวชาญหรือสาขาที่ถนัดได้ โดยกำหนดเงื่อนไขว่าต้องมีประสบการณ์หรือการปฏิบัติงานจริง และห้ามใช้ถ้อยคำที่สื่อถึงความเหนือกว่าผู้อื่น

4. กำหนดรายการถ้อยคำและพฤติกรรมต้องห้ามอย่างเป็นรูปธรรม

เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้ทนายความในการใช้สื่อสารสาธารณะควรกำหนดตัวอย่างถ้อยคำหรือรูปแบบการโฆษณาที่ต้องห้ามไว้อย่างชัดเจน เช่น การรับประกันผลคดี การเปรียบเทียบกับทนายรายอื่น หรือการใช้ความกลัวของผู้บริโภคเป็นเครื่องมือ

6. ข้อเสนอแนะ

1. ประเทศไทยควรเปลี่ยนจากการห้ามเป็นการกำกับเนื้อหาโดยการวางกรอบเงื่อนไขในการโฆษณา

ระบบของไทยในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการรักษาศักดิ์ศรีและภาพลักษณ์ของวิชาชีพ โดยจำกัดการโฆษณา อย่างเคร่งครัดตามข้อบังคับมรยาททนายความ ข้อ 17 ซึ่งมีข้อดี คือ ช่วยป้องกันการโอ้อวดเกินจริงและลดความเสี่ยงต่อการหลอกลวงประชาชน แต่อย่างไรก็ตาม แนวทางดังกล่าวอาจเป็นการจำกัดสิทธิในการสื่อสารข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ และทำให้การแข่งขันในตลาดบริการทางกฎหมายไม่เปิดกว้างเท่าที่ควร จากการศึกษาข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในต่างประเทศนั้น จะเห็นได้ว่า ประเทศไทยควรปรับแนวคิดจาก การจำกัดการโฆษณาเป็นหลัก ไปสู่การกำกับเนื้อหา การสื่อสารอย่างมีเงื่อนไข โดยยึดหลักความได้สัดส่วน (proportionality) เป็นแนวทางสำคัญ กล่าวคือ ประเทศไทย ควรอนุญาตให้โฆษณาได้ในกรอบที่กำหนด แต่ควบคุมเฉพาะข้อความที่เป็นเท็จ หลอกลวง หรือสร้างความเข้าใจผิด อย่างมีนัยสำคัญ ควรพัฒนาแนวทางกำกับดูแลโดย อนุญาตการโฆษณาที่เป็นความจริงและตรวจสอบได้ ควบคุมเฉพาะข้อความที่เป็นเท็จ หรือทำให้เข้าใจผิด เปิดโอกาส

ให้ระบุความเชี่ยวชาญภายใต้เงื่อนไข ส่งเสริมความโปร่งใสด้านค่าบริการ จัดทำแนวปฏิบัติ และตัวอย่างที่ชัดเจน แนวทางดังกล่าวจะช่วยให้ระบบกฎหมายไทยก้าวหน้าบริบทสังคมยุคดิจิทัลเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลของประชาชนและยังคงรักษามาตรฐานจริยธรรมของวิชาชีพทนายความไว้ได้อย่างสมดุลและยั่งยืน

2. ประเทศไทยควรสามารถโฆษณาการค้าทนายความและความเชี่ยวชาญในคดีด้านต่างๆได้

ประเทศไทยนั้นควรเปิดโอกาสให้ทนายความโฆษณาการค้าคดีที่ตนถนัดภายใต้กรอบ “ความจริง โปร่งใส และไม่หลอกลวง” แนวทางนี้จะช่วยให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลมากขึ้น เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายได้อย่างเป็นธรรม และยังคงรักษามาตรฐานจริยธรรมของวิชาชีพกฎหมายไว้ได้พร้อมกัน และยังสามารถให้ทนายสามารถระบุความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านได้ เช่น “คดีอาญา” “คดีแรงงาน” หรือ “คดีทรัพย์สินทางปัญญา” โดยกำหนดเงื่อนไขว่า

1. ต้องมีประสบการณ์ทำงานในสาขานั้นอย่างแท้จริง
2. ต้องไม่ใช่ถ้อยคำเปรียบเทียบเหนือกว่าทนายรายอื่น
3. หากอ้างการรับรอง ต้องเป็นองค์กรที่ตรวจสอบได้

3. ควรแก้ไขข้อบังคับสภาทนายความว่าด้วยมรรยาททนายความ พ.ศ. 2529 ข้อ 17 ให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมดิจิทัล

จากผลการศึกษาพบว่า การห้ามโฆษณาโดยเด็ดขาดไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและการแข่งขันในวิชาชีพกฎหมายในปัจจุบัน จึงควรปรับปรุงข้อบังคับจากการ “ห้ามโฆษณา” เป็น “การกำกับการสื่อสาร” โดยอนุญาตให้ทนายความเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง ตรวจสอบได้ และไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างการคุ้มครองจริยธรรมวิชาชีพกับสิทธิของประชาชนในการเข้าถึงข้อมูล

4. ควรกำหนดหลักเกณฑ์การโฆษณาที่ชัดเจนและเป็นมาตรฐานเดียวกัน

จากผลการวิเคราะห์พบว่าปัญหาสำคัญเกิดจากการตีความข้อบังคับที่ไม่เป็นเอกภาพ จึงควรจัดทำแนวปฏิบัติ (Guidelines) ที่ระบุอย่างชัดเจนว่า ข้อความหรือรูปแบบใดสามารถเผยแพร่ได้ และข้อความใดเป็นสิ่งต้องห้าม เช่น การรับประกันผลคดี การกล่าวอ้างว่าเป็น “อันดับหนึ่ง” หรือการเปรียบเทียบกับทนายความรายอื่น เพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายมีความแน่นอนและเป็นธรรม

5. ควรอนุญาตให้เผยแพร่ข้อมูลด้านความเชี่ยวชาญและค่าบริการภายใต้เงื่อนไขที่เหมาะสม

จากการเปรียบเทียบกฎหมายไทยกับต่างประเทศ พบว่าการเปิดเผยข้อมูลด้านความเชี่ยวชาญและค่าบริการช่วยให้ประชาชนสามารถเปรียบเทียบและเลือกใช้บริการทางกฎหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ประเทศไทยควรอนุญาตให้ทนายความระบุสาขาความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ และอัตราค่าบริการได้ โดยต้องเป็นข้อมูลที่เป็นจริง โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้

6. ควรนำหลักความได้สัดส่วน (Principle of Proportionality) มาใช้ในการกำกับดูแลการโฆษณา

การจำกัดสิทธิของทนายความควรเป็นไปเท่าที่จำเป็นต่อการคุ้มครองประโยชน์สาธารณะ จึงควรใช้มาตรการที่จำกัดสิทธิให้น้อยที่สุด โดยมุ่งควบคุมเฉพาะการโฆษณาที่เป็นเท็จ หลอกลวง หรือสร้างความเข้าใจผิด มากกว่าการห้ามโฆษณาทั้งหมด ซึ่งจะทำให้กฎหมายมีความเหมาะสมกับสภาพสังคมและเศรษฐกิจในปัจจุบัน

7. สภาทนายความควรพัฒนาระบบกำกับดูแลการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์

เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันส่วนใหญ่ดำเนินการผ่านเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ สภาทนายความควรจัดทำแนวทางการใช้สื่อดิจิทัลที่ชัดเจน พร้อมทั้งให้คำแนะนำและกำกับดูแลการโฆษณาอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมการใช้สื่ออย่างมีจริยธรรม ลดปัญหาการตีความข้อบังคับที่แตกต่างกัน และเพิ่มความเชื่อมั่นของประชาชนต่อวิชาชีพทนายความ



7. เอกสารอ้างอิง

- [1] Chitchai Shinsanti. (2013). Problems with Advertising in the Legal Profession under the Regulations of the Lawyers Council on Lawyer Conduct B.E. 2529. Faculty of Law, Business Law Program. (in Thai)
- [2] Natthawat Buathong. (2025). Legal Problems Concerning the Control of Lawyer Ethics Cases under the Administrative Procedure Act. Sripatum Academic Journal, No. 3 July–September 2025. (in Thai)
- [3] Bates v. State Bar of Arizona. (1977). 433 U.S. 350. STATE BAR OF ARIZONA. No. 76-316 Retrieved February 20, 2026, from <https://www.law.cornell.edu/supremecourt/text/433/350>
- [4] Peel v. Attorney Registration and Disciplinary Commission of Illinois. (1990). 496 U.S. 91. Retrieved February 20, 2026, from <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/496/91/>
- [5] Savu, E.-C. (2024). Trends regarding legal profession advertising. Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Series VII: Social Sciences • Law, 17(66), Special Issue. Retrieved February 23, 2026, from <https://doi.org/10.31926/but.ssl.2024.17.66.3.21>
- [6] Council of Bars and Law Societies of Europe (CCBE). (2021). Code of Conduct for European Lawyers. Retrieved February 23, 2026, from <https://www.ccbe.eu>
- [7] Council of Bars and Law Societies of Europe (CCBE). (2018). Guide on Lawyers' Use of Online Legal Platforms. Retrieved February 25, 2026, from <https://www.ccbe.eu>
- [8] Thai Law Forum. (2026). Rules of Lawyer Conduct Bar Association. Retrieved January 10, 2026, from <https://www.thailawforum.com/rules-of-lawyer-conduct-bar-association/>
- [9] Professions Australia. (2026). What is a Professional? Retrieved January 10, 2026, from <https://professions.org.au/what-is-a-professional/>
- [10] Mondaq. (2026). Thailand's Legal System: Requirements, Practice and Ethical Conduct. Retrieved January 10, 2026, from <https://www.mondaq.com/article/14324/thailands-legal-system-requirements-practice-and-ethical-conduct>
- [11] Press Council of Thailand. (2026). The Lawyers Council of Thailand invokes Code 17 of the Code of Conduct. Retrieved January 10, 2026, from <https://www.presscouncil.or.th/8926>
- [12] American Bar Association. (2026). Legal Professional Retrieved January 10, 2026, from <https://www.americanbar.org/en/>
- [13] The Supreme Court of Thailand. (2026). Supreme Court. Retrieved February 16, 2026, from <https://www.supremecourt.or.th/index.php/>
- [14] Lawyers Council of Thailand. (2026). Retrieved February 16, 2026, from <https://lawyerscouncil.or.th/>