



บทที่ 4

ข้อมูลบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

- ได้แก่
- 4.1 ประวัติบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)
 - 4.2 โฆษณาทางโทรทัศน์ ของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)
 - 4.3 งบทางการเงินของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)
 - 4.4 ข้อมูลโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

4.1 ประวัติบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)¹

“มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ และมั่นใจในการสร้างบ้านเสร็จก่อนขาย ที่ทำให้ได้มาซึ่งบ้านคุณภาพ สอดคล้องกับความต้องการของผู้อยู่อาศัย เราภาคภูมิใจ ที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างครอบครัวที่อบอุ่น และสังคมที่มีคุณภาพ”

บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจหลักประเภทค้าอสังหาริมทรัพย์ โดยขายบ้านจัดสรรพร้อมที่ดินเป็นส่วนใหญ่ โครงการที่ทำ จะเป็นโครงการในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และโครงการตามจังหวัดใหญ่ๆ ได้แก่ เชียงใหม่ นครราชสีมา ขอนแก่น และภูเก็ต ณ วันที่ 16 มีนาคม 2552 บริษัทมีทุนจดทะเบียนจำนวน 10,354,268,670 บาท เรียกชำระแล้วจำนวน 10,025,921,523 บาท

พ.ศ. 2516

คุณเพียงใจ หาญพานิชย์ มารดาของคุณอนันต์ อัศวโภคิน ผู้ก่อตั้งแลนด์ แอนด์ เฮาส์ ซึ่งปัจจุบันเป็นกรรมการท่านหนึ่งของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ได้เริ่มต้นพัฒนาหมู่บ้านจัดสรรโครงการแรก คือ หมู่บ้านศรีวิบูลย์ ในระหว่างการพัฒนาโครงการศรีวิบูลย์นั้นเป็นช่วงวิกฤตการณ์น้ำมันของโลกครั้งแรก ทำให้โครงการต้องชะงักในช่วงต้น ทำยอดขายได้เพียง 2 หลังในปี 2517 เท่านั้น ประกอบกับอัตราดอกเบี้ยที่พุ่งสูงถึง 20-21% จนกระทั่ง พ.ศ. 2520 ยอดขายเริ่มดีขึ้น และเริ่มมีการขยายกิจการไปพัฒนายังโครงการที่ 2, 3 ต่อไป เช่น โครงการบ้านอินนิธร์ โครงการบ้านสุขนที โครงการหมู่บ้านประชาชื่น

พ.ศ. 2526-2527

ในปี 2526 บริษัทอสังหาริมทรัพย์แห่งนี้ ได้ใช้ชื่อว่า บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด และเข้าไปซื้อหมู่บ้านพฤกษชาติ ซึ่งเป็นโครงการใหญ่จากกลุ่มบริษัทในเครือธนาคารกสิกรไทย คือ บริษัท อีรภาพ จำกัด ซึ่งเป็นเจ้าของโครงการหมู่บ้านพฤกษชาติในขณะนั้น เป็นโครงการที่มีอยู่แล้ว และหลังจากที่แลนด์ แอนด์ เฮาส์ ได้เข้าไปบริหาร ก็ประสบความสำเร็จอย่างดี

ต่อมาแลนด์ แอนด์ เฮาส์ ได้พัฒนาโครงการบ้านนันทวัน เชียงใหม่เป็นช่วงที่เริ่มศึกษาข้อมูลเรื่องบ้านจัดสรรอย่างจริงจังจึงเรียกว่า แลนด์ แอนด์ เฮาส์ ได้เข้ามาทำตลาดบ้าน 2 ชั้นอย่างจริงจัง ได้แนวคิดใหม่ว่าการทำบ้านให้แตกต่างจากผู้จัดสรรอื่นๆ โดยใช้แนวคิดของ consumer oriented คำนึงถึงความต้องการของผู้อยู่อาศัยเป็นสำคัญ จึงมีการพัฒนารูปแบบของบ้านอย่างจริงจังตั้งแต่นั้น

¹ แลนด์ แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน), ประวัติบริษัท [ออนไลน์], 8 มกราคม 2552. แหล่งที่มา

พ.ศ. 2527- 2529

โครงการสีวลี รังสิต สีมุมเมือง โดยแลนด์ แอนด์ เฮาส์ คือโครงการต่อมา ที่ได้มีการทำวิจัยตลาด และความต้องการของผู้ซื้อ เพื่อพัฒนารูปแบบบ้านและจัดสรรโครงการให้ตรงกับความต้องการมากขึ้น ตั้งแต่ 2526 ที่แลนด์ แอนด์ เฮาส์ ได้เช่าตลาดบ้าน 2 ชั้นอย่างจริงจัง ทำให้ออขายของแลนด์ แอนด์ เฮาส์ เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทุกปี

พ.ศ. 2532

เมื่อแลนด์ แอนด์ เฮาส์ เป็นบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แล้ว ได้มีการจัดแบ่งโครงการบ้านจัดสรรออกเป็น ต่างระดับราคาเป็นครั้งแรกโดยใช้ชื่อโครงการที่ต่างกัน ภายใต้โลโก้ว่า หนึ่งในโครงการแลนด์ แอนด์ เฮาส์ ในปี 2531 แลนด์ แอนด์ เฮาส์ ยื่นเรื่องขอจดทะเบียนเป็นบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ และได้รับอนุมัติในปี 2532 โดยใช้ชื่อว่า บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

พ.ศ. 2536

แลนด์ แอนด์ เฮาส์ ออก ECD (Euro Convertible Debenture) เป็นครั้งแรก ในการทำ road show ที่ประเทศ ฮองกง ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ปารีส เยอรมัน อังกฤษ และสกอตแลนด์ ซึ่งกล่าวได้ว่า แลนด์ แอนด์ เฮาส์ เป็นบริษัทแรกในประเทศไทยที่ออก ECD และมีการ raise fund เพื่อขยายกิจการต่างๆ ต่อมา

พ.ศ. 2537

เป็นปีแรกที่แลนด์ แอนด์ เฮาส์ มียอดขายมากกว่า 10,000 ล้านบาท

พ.ศ. 2538

บริษัทฯ เข้าร่วมทุนกับกลุ่มเมืองใหม่ที่จังหวัดภูเก็ต จัดตั้ง บริษัท แอล.เอช เมืองใหม่ จำกัด โดยบริษัทฯ ถือหุ้น 55% ใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 55 ล้านบาท ทั้งนี้เพื่อเป็นการขยายการลงทุนของบริษัทไปยังภูมิภาคอื่น

บริษัทฯ ได้เข้าร่วมลงทุนกับกลุ่มบริษัท PT ซึ่งประกอบด้วยบริษัท 5 บริษัท คือ PT PRIMASEHATI, PT MEKANUSA CIPTA, PT ANEKAGRIYA, PT RUMINUSA, PT KANAKA GRAHAASRI และ PT PUTRA PRABUKARYA ในประเทศอินโดนีเซียเพื่อดำเนินธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในอินโดนีเซีย บริษัทฯ ถือหุ้นแต่ละบริษัท 19.90%

ได้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างผู้ถือหุ้นในบริษัท ควอลิตี้คอนสตรัคชันโปรดักส์ จำกัด ดังนี้ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด(มหาชน) ถือหุ้น 30% บริษัทพื้นสำเร็จรูป พี ซี เอ็ม จำกัด(มหาชน) 17.33% กลุ่มบริษัท ควอลิตี้เฮาส์ ถือ 25% กลุ่ม AIA ถือ 25% นายพงศ์ สารสิน ถือ 2.67%

พ.ศ. 2539

บริษัทฯ เล็งเห็นถึงศักยภาพของการทำโฆษณาที่เจาะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เพื่อวัตถุประสงค์หลักคือการแข่งขันประมาณด้านการตลาดและโฆษณาที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากบริษัทฯ มีโครงการที่เปิดดำเนินการอยู่ประมาณปีละ 20 - 25 โครงการ และต้องทำโฆษณาในโครงการเหล่านี้อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ดังนั้นบริษัทฯ จึงได้พัฒนาระบบฐานข้อมูล เพื่อวางแผนกิจกรรมด้านการตลาดและโฆษณา ในรูปแบบ Direct Mass Marketing ซึ่งส่งผลให้บริษัทฯ มีต้นทุนด้านการตลาดลดลง ในขณะที่มียอดขายสูงขึ้น เนื่องจากการวางแผนทำการตลาดและโฆษณาอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมกันนี้ ได้ดำเนินกลยุทธ์ด้านโฆษณาใหม่ โดยการออกเป็นสื่อพิเศษ แทรกในหนังสือพิมพ์รายวัน - รายสัปดาห์ อาทิ ไทยรัฐ ประชาชาติธุรกิจ เป็นต้น โดยใช้ชื่อว่า "แลนด์ แอนด์ เฮาส์ โกลด์" ในสื่อนี้ จะมีโครงการต่างๆ ของบริษัทฯ พร้อมกิจกรรมพิเศษ เพื่อแจ้งให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูล

พ.ศ. 2540

จากประสิทธิภาพของการโฆษณาในรูปแบบของ "แลนด์ แอนด์ เฮาส์ โกลด์" ที่ลงในทุกๆ วันพฤหัสบดีของสัปดาห์นั้น สามารถทำให้บริษัทฯ ลดต้นทุนทางการตลาดได้อย่างมาก และภายในปีนี้ บริษัทฯ ได้ออกโฆษณาแคมเปญ "สัญญาไม่เป็นสัญญา" โดยมีเนื้อหาหลักของโฆษณาชิ้นนี้คือ การที่มีผู้บริโภคซื้อบ้านแล้วส่วนใหญ่ไม่ได้บ้าน ในขณะที่บริษัทฯ ยังคงให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า โดยส่งมอบบ้านให้แก่ลูกค้าทุกคน

พ.ศ. 2541

เพื่อมอบความสะดวกสบายต่อลูกค้าที่ต้องการโทรศัพท์ติดต่อโครงการต่างๆ บริษัทฯ จึงได้เริ่มใช้ระบบโทรศัพท์หมายเลขเดียว คือหมายเลข 02-230-8888 เป็นเบอร์อัตโนมัติ เมื่อลูกค้ากดหมายเลขนี้แล้วสามารถเลือกติดต่อไปยังโครงการต่างๆ ได้โดยกดเบอร์ต่อของแต่ละโครงการ

จากภาวะวิกฤตของอสังหาริมทรัพย์ในช่วงนี้ ทำให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นที่จะซื้อบ้าน เพราะกลัวว่าจะไม่ได้บ้านเมื่อผ่อนดาวน์ครบแล้ว เนื่องจากผู้ประกอบการประสบปัญหาสภาพคล่องทางการเงิน จึงไม่สามารถสร้างบ้านให้ลูกค้าตามสัญญาได้ บริษัทฯ ได้ใช้กลยุทธ์ที่สำคัญเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ที่ต้องการจะซื้อบ้าน โดยทำโฆษณาแคมเปญ "บ้านลือที่สุดท้าย ราคาสุดท้าย" ซึ่งบริษัทฯ ได้รวบรวมบ้านที่สร้างเสร็จแล้วแต่ถูกลูกค้าทิ้งดาวน์ นำมาจัดขายในราคาพิเศษ จากแคมเปญนี้บริษัทฯ ประสบผลสำเร็จในการขายเป็นอย่างมาก และทำให้บริษัทฯ ตระหนักว่า แท้จริงแล้วยังคงมีคนที่ต้องการจะซื้อบ้านอยู่อีกมาก เพียงแต่ไม่มีความมั่นใจในตัวผู้ประกอบการ

พ.ศ. 2542

เพื่อยกระดับการอยู่อาศัย บริษัทฯ ได้ริเริ่มพัฒนาแบบบ้านรุ่นใหม่ให้มีคุณภาพสูงขึ้น มีความเพียบพร้อมมากขึ้น โดยบริษัทฯ ได้ทำการสำรวจความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่อยู่อาศัยภายในโครงการ ทางด้านความต้องการเกี่ยวกับบ้านที่อยู่อาศัย และได้นำความต้องการเหล่านี้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาแบบบ้านใหม่ โดยคำนึงถึงความสะดวกสบาย ความปลอดภัยและประหยัดพลังงาน ภายใต้แนวคิดหลักคือ "บ้านสบาย" โดยถือเป็นกลยุทธ์ของบริษัทฯ ที่ย้ำความเป็นผู้นำทางด้านความมุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพของแบบบ้านและรูปแบบการอยู่อาศัยอย่างต่อเนื่อง โดยองค์ประกอบหลักของ "บ้านสบาย" นี้ ประกอบด้วยแนวคิด 3 ประการ ได้แก่

1. บ้านเย็นสบาย ประหยัดพลังงาน ประกอบด้วย คอนกรีตมวลเบา Q-Con, กระจกเขียวกรองแสง และรังสีความร้อน ผ่าระแนงไม้ชายคา , แผ่นอลูมิเนียมฟลอยด์หลังคา
2. ครบทุกพื้นที่ใช้สอย เติร์มระบบต่างๆ ไว้ให้ อาทิ ระบบวางท่อกำจัดปลวก, ห้องน้ำแยะส่วนเปียกส่วนแห้ง, ห้องครัวแยกเป็นสัดส่วน ระหว่างส่วนเตรียมอาหารและประกอบอาหาร, ติวอลเปเปอร์ทั้งหลัง
3. เตรียมความพร้อมเพื่อความสะดวก ปลอดภัย อาทิ ระบบตัดไฟอัตโนมัติและระบบไฟฉุกเฉิน, ติดตั้งมุ้งลวดคุณภาพ, ติดตั้งเครื่องปั้มน้ำและถังสำรองน้ำ พร้อมด้วยตกแต่งสวนรอบบ้าน แนวคิดแบบบ้านสบาย จึงเป็นบ้านที่มีความพร้อมเพื่อการอยู่อาศัยมากขึ้น สามารถช่วยลดภาระทั้งทางด้านการเตรียมความพร้อมก่อนการขายเข้าอยู่ รวมทั้งภาระทางการเงิน ให้กับลูกค้าได้มาก

บริษัทฯ ได้ซื้อหุ้นของบริษัท โฮมโปรดักส์เซ็นเตอร์ จำกัด จำนวน 348,000 หุ้น ราคาตามมูลค่าเท่ากับ 100 บาท ในราคาหุ้นละ 140 บาท เป็นเงินทั้งสิ้น 48.72 ล้านบาท จากบริษัทย่อยของบริษัทฯ คือ บริษัท พันสำเร็จรูปพีซีเอ็ม จำกัด (มหาชน) ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัท พันสำเร็จรูป พีซีเอ็ม จำกัด (มหาชน) แล้ว เพื่อขยายขอบข่ายการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เนื่องจากบริษัท โฮมโปรดักส์เซ็นเตอร์ จำกัด ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ คือ ประกอบธุรกิจค้าปลีก และค้าส่งวัสดุก่อสร้าง และเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัทฯ ย่อยดังกล่าว

พ.ศ. 2543

พัฒนาระบบ Online Project Management System (OPM) เพื่อให้ดำเนินงานภายในองค์กร ระหว่างฝ่ายบริหาร ฝ่ายก่อสร้าง กลุ่มโครงการ รวมถึงการใช้ทำงานร่วมกันกับกลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้าง และบริษัท วัสดุก่อสร้าง

พัฒนาเว็บไซต์ Homedd.com เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้สนใจซื้อบ้าน ให้ได้รับความสะดวก ในการหาข้อมูลของโครงการ ที่ตั้ง รายละเอียด แบบบ้าน ราคา ตลอดจนติดต่อสถาบันการเงิน 8 แห่ง มารวม ในการแข่งขันสินค้าด้วยเงื่อนไขที่ดีที่สุดให้ผู้สนใจซื้อ หรือผู้ซื้อแล้ว โดยเป็นการอนุมัติ online ทาง internet

ริเริ่มนำกลยุทธ์การสร้างบ้านให้เสร็จสมบูรณ์ก่อนขาย หรือ "บ้านสร้างก่อนขาย" เป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงใจที่สุด สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคได้ว่า ผู้บริโภคสามารถซื้อบ้านที่ได้เห็นได้เลือกบ้านจริงที่เสร็จสมบูรณ์แล้ว จนพอใจจนตัดสินใจซื้อ เนื่องจากว่าในช่วงนั้นมีลูกค้าจำนวนมากที่เห็นรายชื่อที่ซื้อบ้านแล้วไม่ได้บ้านในช่วงวิกฤติที่ผ่านมา ทำให้พฤติกรรมของลูกค้าโดยส่วนใหญ่เปลี่ยนไป โดยจะตัดสินใจซื้อต่อเมื่อบ้านสร้างเสร็จแล้ว

พ.ศ. 2544

บริษัทฯ นำกลยุทธ์ "บ้านสบายสร้างเสร็จก่อนขาย" มาใช้ในการพัฒนาโครงการต่างๆ โครงการของบริษัทฯ และยกเลิกการทำบ้านสั่งสร้าง หรือ บ้านผ่นดาวน์ ดังนั้นบ้านของบริษัทฯ ที่พร้อมเปิดขายนั้น จะเป็นบ้านที่สร้างเสร็จสมบูรณ์แล้ว และพร้อมโอนกรรมสิทธิ์ให้กับลูกค้าทุกหลัง

พ.ศ. 2545

การพัฒนา "บ้านสบายสร้างเสร็จก่อนขาย" ให้ความสำคัญสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ได้แก่การเพิ่มมูลค่า Value Added สิ่งที่สำคัญต่อการอยู่อาศัยให้แก่บ้านมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ รวมถึงเป็นสิ่งที่มีความประโยชน์ต่อผู้บริโภค เช่น ชุดเฟอร์นิเจอร์ส่วนเตรียมอาหาร ชุดครัว เครื่องปรับอากาศ การตกแต่งสวนที่สมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น

พ.ศ. 2546

พัฒนาระบบการก่อสร้างแบบใหม่โดยนำเทคโนโลยีในการก่อสร้างเข้ามาใช้ คือระบบผนังสำเร็จรูป (Pre-Fab) มีวัตถุประสงค์หลักทางด้าน การเพิ่มประสิทธิภาพในการก่อสร้าง ความแม่นยำและความรวดเร็วในการก่อสร้าง เริ่มใช้ในโครงการแรกคือ โครงการพฤษภาคม รังสิต คลอง 4 ระดับราคาที่ 2.5 ล้านบาท ขึ้นไป

พ.ศ. 2547

ดำเนินโครงการอาคารชุดพักอาศัยสร้างเสร็จก่อนขาย พร้อมตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ บน 4 ทำเล ของกรุงเทพฯ ชั้นใน ถ. ทรัพย์ ถ. สุขุมวิท 61 และ 43 ถ.นราธิวาสราชนครินทร์ ภายใต้ชื่อโครงการ The Bangkok

พ.ศ. 2548

ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน) ได้รับอนุญาตจาก กระทรวงการคลัง ให้เปิดดำเนินการธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน) ในวันที่ 19 ธันวาคม 2548 การจัดตั้งธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน) เกิดจากแนวความคิดของบริษัทแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ควอลิตี้เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและดำเนินธุรกิจด้านการพัฒนาและบริหารโครงการอสังหาริมทรัพย์ โดยมีส่วนแบ่งการตลาดรวมเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งนอกจากจะมีฐานะทางการเงินที่มั่นคงแล้ว ยังตระหนักถึงการจัดการองค์กรภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดี เนื่องจากบริษัทเล็งเห็นว่าประเทศไทยควรมีสถาบันการเงินที่เป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภค

พ.ศ. 2549

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจภายในกรอบบริษัทภิบาล ส่งเสริมจริยธรรมในการทำงาน รวมทั้งมุ่งการให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนาทักษะและคุณภาพบุคลากรควบคู่กับการพัฒนาระบบงานเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ส่งผลให้ บริษัทฯ ได้รับรางวัล Trusted Brand 2006 "The Platinum Winner" นิตยสาร Reader's Digest ในฐานะบริษัทผู้ให้บริการและพัฒนาด้านอสังหาริมทรัพย์ที่ได้รับ ความเชื่อมั่นสูงสุดจากผู้บริโภคในประเทศไทยประจำปี 2549 จากผลสำรวจของ Neilson Media Research รางวัลแห่งเกียรติยศนี้ นับเป็นความภาคภูมิใจอย่างยิ่งสำหรับพนักงานทุกคน ในส่วนของตลาดบ้านเดี่ยว บริษัทฯ สามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด จากเดิมที่ร้อยละ 13.30 ในปี 2548 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 15.3 ในปี 2549

พ.ศ. 2550

บริษัทฯ ได้รับรายงาน Trusted Brand 2007 จากการสำรวจของนิตยสาร Reader's Digest ได้รับเลือกให้เป็นแบรนด์ที่น่าเชื่อถือมากที่สุดจากผู้บริโภค โดยในปีนี้ บริษัทฯ เป็นเพียงบริษัทเดียวในประเทศไทยที่ได้รับรางวัลในประเภทอสังหาริมทรัพย์ และยังได้รับรางวัลสูงสุด คือ Platinum Award ติดต่อกันเป็นปีที่สองอีกด้วย นับเป็นความภาคภูมิใจอย่างยิ่งสำหรับพนักงานทุกคน นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้รับการจัดอันดับเครดิตจาก บริษัท ทริสเรทติ้ง จำกัด ที่ระดับ "A" จากการปรับสัดส่วนหนี้ต่อทุนที่ลดลง ทำให้สถานะทางด้านการเงินของบริษัทฯ มีความแข็งแกร่งยิ่งขึ้น

พ.ศ. 2551

บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจตามหลักบริษัทภิบาล ส่งเสริมจริยธรรมในการทำงาน รวมทั้งให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนาทักษะและคุณภาพบุคลากร ควบคู่กับการพัฒนาระบบงานเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการที่มีคุณภาพตลอดมาส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับรางวัล Trusted Brand "Platinum Award Winner" จากนิตยสาร Reader 's Digest ซึ่งเป็นรางวัลชั้นสูงสุดเพียงหนึ่งเดียว ในฐานะบริษัทผู้ให้บริการและพัฒนาด้านอสังหาริมทรัพย์ที่ได้รับความเชื่อมั่นจากผู้บริโภคในประเทศไทยติดต่อกันเป็นปีที่ 3

ด้านการพัฒนาสินค้า ในปี 2551 นี้ บริษัทฯ ได้พัฒนารูปบ้านแบบใหม่ 2 Series ได้แก่ My Life แบบบ้านซีรีส์ล่าสุด ที่ออกแบบจากผลการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคในการอยู่อาศัย ความต้องการและการใช้พื้นที่ รวมถึงวิถีชีวิตประจำวัน และแบบบ้าน Modern Style ล่าสุดที่โครงการ The Land Mark Residence ซึ่งถือเป็นรุ่นพรีเมียมพิเศษสุด สะท้อนความทันสมัย ตอบรับการอยู่อาศัยแบบ Urban Living อย่างที่ไม่เคยมีมาก่อนในระดับราคา 20 ล้านบาทขึ้นไป

แลนด์ แอนด์ เฮาส์ ยังมีการพัฒนาโครงการทาวน์โฮม เพื่อตอบสนองความต้องการ ของตลาดที่อยู่อาศัย ระดับราคา 2.7-3.2 ล้านบาท ภายใต้ Brand "Baan Mai" ที่กระจายไปในทำเลต่างๆ ของกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4.2 โฆษณาทางโทรทัศน์ ของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

ภาพที่ 4-1 : โฆษณาแลนด์ แอนด์ เฮาส์ (เมฆ พ.ศ.2548)



ที่มา : Mediawrap

ภาพที่ 4-2 : โฆษณาแลนด์ แอนด์ เฮาส์ บ้านราคาพิเศษ (7-8 ต.ค. พ.ศ.2549)



ที่มา : Mediawrap

ภาพที่ 4-3 : โฆษณาแลนด์ แอนด์ เฮาส์ (ทำเด็ก พ.ศ.2549)



ที่มา : Mediawrap

ภาพที่ 4-4 : โฆษณาแลนด์ แอนด์ เฮาส์ (คุณอนันต์ พ.ศ.2549)



ที่มา : Mediawrap

ภาพที่ 4-5 : โฆษณาแลนด์ แอนด์ เฮาส์ (ชลกร / นิสิต พ.ศ.2549)



ที่มา : Mediawrap

ภาพที่ 4-6 : โฆษณาแลนด์ แอนด์ เฮาส์ (รถ พ.ศ.2550)



ที่มา : Mediawrap

ภาพที่ 4-7 : โฆษณาแลนด์ แอนด์ เฮาส์ (สปา พ.ศ.2550)



ที่มา : Mediawrap

ภาพที่ 4-8 : โฆษณาแลนด์ แอนด์ เฮาส์ (วาดภาพ พ.ศ.2550)



ที่มา : Mediawrap

ภาพที่ 4-9 : โฆษณาแลนด์ แอนด์ เฮาส์ (ของดีดี / 21-22 ก.ค. 2550)



ที่มา : Mediawrap

ภาพที่ 4-10 : โฆษณาแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ (HOBBY @ PANTRY พ.ศ.2550)



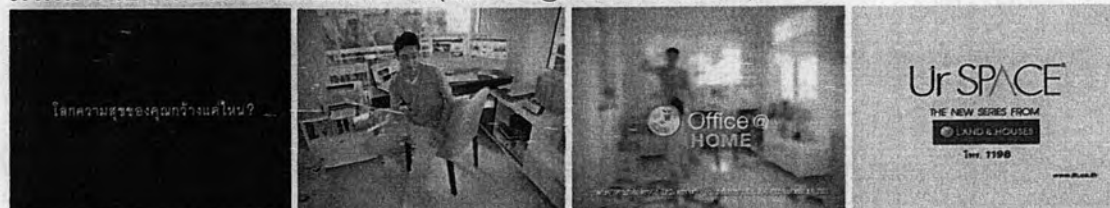
ที่มา : Mediawrap

ภาพที่ 4-11 : โฆษณาแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ (BEDROOM พ.ศ.2550)



ที่มา : Mediawrap

ภาพที่ 4-12 : โฆษณาแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ (OFFICE @ HOME พ.ศ.2550)



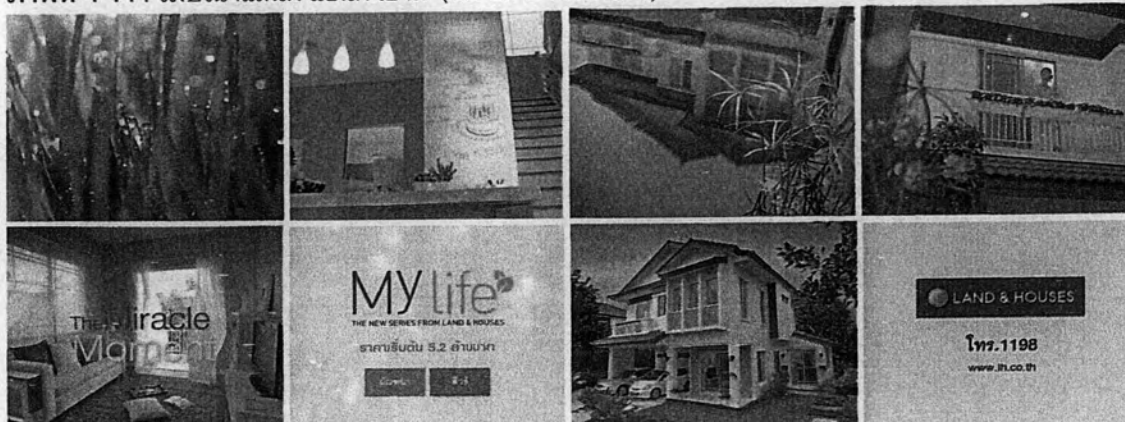
ที่มา : Mediawrap

ภาพที่ 4-13 : โฆษณาแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ (รักประเทศไทย ให้เหมือนรักบ้าน พ.ศ.2551)



ที่มา : Mediawrap

ภาพที่ 4-14 : โฆษณาแลนด์ แอนด์ เฮาส์ (MY LIFE พ.ศ.2551)












ที่มา : Mediawrap

ภาพที่ 4-15 : โฆษณาแลนด์ แอนด์ เฮาส์ TOWN HOME (แนวคิดใหม่ / ดูบ้าน พ.ศ.2552)



ที่มา : Mediawrap

ตารางที่ 4-1 : การโฆษณาของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) ช่วงปี 2548 – 2552
แบ่งตามประเภทของโฆษณา

	2548 / 2005	2549 / 2006	2550 / 2007	2551 / 2008	2552 / 2009
ADVERTISING					
Promotion Ad		 <p>2 days special บ้านราคาพิเศษ</p>	 <p>งาน ของดีดี</p>		
Brand Ad	 <p>ซื้อบ้านวันนี้ ต้องได้เห็น ได้เลือก</p>	 <p>Ask your Neighbor</p>	 <p>Ask your Neighbor</p>		
Product Ad			 <p>Ur Space แบบบ้านใหม่</p>	 <p>The Miracle moment My Life แบบบ้านใหม่</p>	 <p>รักแรกพบ</p>
Corporate Ad				 <p>รักเมืองไทย ให้เหมือนรักบ้าน</p>	

4.3 งบทางการเงินของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 4-2 : งบทางการเงินที่สำคัญของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)²

ผลการดำเนินงาน	2547 / 2004	2548 / 2005	2549 / 2006	2550 / 2007	2551 / 2008	2551 / 2008
OPERATING RESULT						
จำนวนโครงการที่ดำเนินงาน	41	40	37	47	47	ไม่ทราบข้อมูล
EARNING ABILITY						
อัตรากำไรต่อยอดขาย Return on Sales	28.66%	21.66%	16.61%	15.92%	20.99%	20.48%
HIGHLIGHT OF THE FINANCIAL STATEMENT (million baht)						
รายได้รวม Total Revenues	21,289	23,924	19,553	19,838	16,008	19,086
กำไรสุทธิ Net Profit	6,101	5,181	3,247	3,159	3,360	3,908
สินค้าคงเหลือ Inventories	25,958	22,540	22,007	20,891	24,303	ไม่ทราบข้อมูล
สินทรัพย์รวม Total Assets	36,845	39,286	41,766	41,746	46,156	46,920
PER SHARE DATA						
ราคาตลาด ณ วันสิ้นปี Market Price (At Year End)	10.10	8.35	6.55	7.50	3.76	6.33
NUMBER OF OUTSTANDING SHARES (million shares)						
จำนวนหุ้นที่เรียกชำระแล้ว (ล้านหุ้น)	8,156	8,311	8,476	8,673	10,026	10,026

² ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, งบการเงินบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) [ออนไลน์], 8 มกราคม 2552. แหล่งที่มา

ตารางที่ 4-3 : แสดงสถิติการใช้เม็ดเงินโฆษณาแยกตามโครงการของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ช่วงปี 2547-2552

	year 2004 (Baht)	year 2005 (Baht)	year 2006 (Baht)	year 2007 (Baht)	year 2008 (Baht)	year 2009 (Baht)
LADAWAN	21,169,000	15,684,000	7,740,000	6,408,000	4,176,000	4,738,000
นันทวัน	19,646,000	32,692,000	41,577,000	29,816,000	25,026,000	18,336,000
มั่นคงมา	40,480,000	56,918,000	45,437,000	37,237,000	38,003,000	31,486,000
สวีลิ	-	428,000	792,000	29,000	-	-
พฤษศยดา	2,960,000	4,939,000	5,330,000	4,702,000	7,582,000	5,364,000
ชลลดา	5,638,000	3,960,000	5,300,000	5,904,000	5,962,000	5,875,000
ชัยพฤษ	27,594,000	26,307,000	22,105,000	21,226,000	21,823,000	19,885,000
ปาริชาติ	6,018,000	5,036,000	6,251,000	5,681,000	5,681,000	5,681,000
TERKAGE	-	-	2,243,000	3,899,000	-	-
Baan mai	-	-	-	-	8,294,000	34,096,000
THE PAMUKKYE	7,976,000	12,423,000	3,618,000	1,728,000	1,808,000	-
THE LANDMARK	-	-	-	-	-	1,005,000
TheRoom	-	-	1,439,000	1,184,000	1,128,000	5,082,000
LAND & HOUSE RESIDENTIAL GROUP						
	28,871,000	44,268,000	91,793,000	153,915,000	77,937,000	14,687,000
LAND & HOUSE RESIDENTIAL PROJECTS S.AD.						
	-	-	-	-	-	2,575,000
LAND & HOUSES HOUSE						
	-	-	-	-	8,914,000	8,356,000
LAND & HOUSES TOWN HOUSE						
	-	-	-	-	684,000	2,544,000
SATHON HOUSE CONDOMINIUM						
	3,744,000	3,744,000	3,744,000	3,744,000	3,744,000	5,082,000
BAAN ITALIAN VILLA HOUSE						
	472,000	-	-	-	-	-
WWW.LH.CO.TH WEBSITE						
	-	-	-	-	-	70,000
Total	164,568,000	206,401,000	237,370,000	275,471,000	210,762,000	160,498,000

ที่มา : บริษัท เอเชีย นีลเส็น มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด

4.4 ข้อมูลโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

โครงการของ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ปัจจุบันมีทั้งหมด 8 โครงการ ได้แก่ ลดาวัลย์ นันทวัน มั่นทนา สิวลี พฤษลดา ชลลดา ชัยพฤษ ปาวิชาติ โดยแต่ละโครงการจะมีระดับราคา ขนาดที่ดิน ขนาดพื้นที่ใช้สอย รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการ และแนวคิดของโครงการแตกต่างกันออกไป

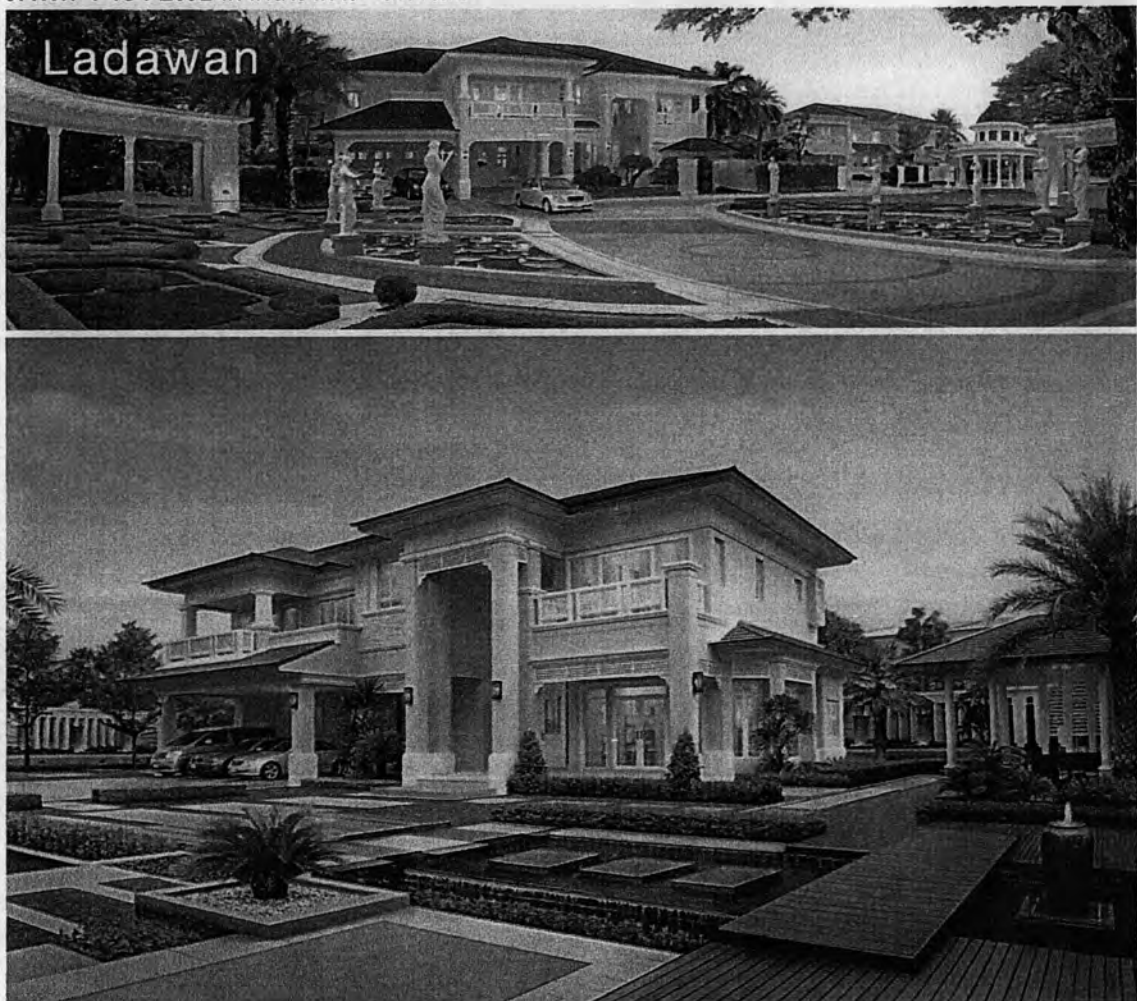
4.4.1 ข้อมูลโครงการ "ลดาวัลย์"

บ้านลดาวัลย์... อัครสถานเลิศค่าดูเพชรงามที่นรหธา หนึ่งเดียวเพื่อที่สุดของชีวิตที่สว่างงามเต็มเปี่ยม ด้วยรสนิยมในสังคมคุณภาพเหนือระดับ พิถีพิถันทุกรายละเอียดเพื่อคนพิเศษเช่นคุณ...

ระดับราคา	: ราคาเริ่มต้น 20 ล้านบาทขึ้นไป
ขนาดที่ดิน	: ตั้งแต่ 120 ตร.ม.
พื้นที่ใช้สอย	: ตั้งแต่ 300 ตร.ม.
ที่ตั้งโครงการ	: ลดาวัลย์ เกษตร - นวมินทร์

แนวคิดของโครงการ ลดาวัลย์ เกษตร - นวมินทร์ Glowing beyond the legend อีกครั้ง กับสังคม "ลดาวัลย์" คุณค่าแห่ง การใช้ชีวิตที่โดดเด่นเหนือใคร กลับมาให้คุณครอบครองด้วยเอกลักษณ์ใหม่ สว่างามทรงคุณค่า ตลอดกาล

ภาพที่ 4-16 : บรรยากาศโครงการ "ลดาวัลย์"



ที่มา : เว็บไซต์ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

4.4.2 ข้อมูลโครงการ "นันทวัน"

บ้านนันทวัน...บ้านหรู ภายใต้สังคมคุณภาพอันสมบูรณ์ ที่ที่ทุกๆ รายละเอียดคือความใส่ใจที่เราพร้อมให้คุณได้มากกว่า ด้วยความโดดเด่นที่คุณกำลังมองหาเพื่อคนสำคัญ ทั้งทำเลที่ดีที่สุด เพื่อให้คุณได้ใช้เวลาอย่างมีค่าร่วมกับครอบครัว ดีไซน์ทุกพื้นที่เปิดรับทิวทัศน์กว้างไกลทุกมุมมอง โอบล้อมด้วยธรรมชาติแมกไม้ทะเลสาบ ภายใต้สิ่งแวดล้อมขนาดใหญ่ และให้คุณได้วางใจกับระบบรักษาความปลอดภัยทั่วทั้งโครงการ

ภาพที่ 4-17 : บรรยากาศโครงการ "นันทวัน"



ที่มา : เว็บไซต์ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

ระดับราคา	: ราคาเริ่มต้น 7 ล้านบาทขึ้นไป
ขนาดที่ดิน	: ตั้งแต่ 65 ตร.วา
พื้นที่ใช้สอย	: ตั้งแต่ 197 ตร.ม.
ที่ตั้งโครงการ	: บ้านนันทวัน แจ่งวัฒนะ ราชพฤกษ์

แนวคิดของโครงการ นันทวัน แจ่งวัฒนะ ราชพฤกษ์ The Unique Place Of Success, เอกสิทธิ์แห่งความสำเร็จ นันทวัน แจ่งวัฒนะราชพฤกษ์ ที่นี่...คือมาตรฐานใหม่ของความหรูหราแห่งการใช้ชีวิต บนศักยภาพทำเลใหม่ สัมผัสความหรูหรากับสถาปัตยกรรมที่แสดงถึงความภูมิฐาน ผสานเสน่ห์ความงามที่ได้แรงบันดาลใจ

: บ้านนันทวัน อุทยาน - อักษะ

แนวคิดของโครงการ นันทวัน อุทยาน - อักษะ The Refinement of living ความวิจิตร แห่งการใช้ชีวิต ที่ทำให้การใช้ชีวิตธรรมดา...เหนือกว่าธรรมดา หนึ่งเดียวบนทำเลที่ดีที่สุด ถนนอุทยาน-อักษะ

สัมผัสความงดงามตั้งแต่ แรกเข้าโครงการ ทุกรายละเอียดแสดงถึงความละเมียดละไม กลมกลืนกับความวิจิตรบนถนนอุทยาน-อักษะ พร้อมบ้านสวยดีไซน์แบบ Thai Oriental Style เอกลักษณ์เฉพาะตัว ครบทุกฟังก์ชัน ท่ามกลางธรรมชาติ อันรื่นรมย์สวยงาม

: บ้านนันทวัน สุวรรณภูมิ

แนวคิดของโครงการ นันทวัน สุวรรณภูมิ The Ultimate Elegance in the Metropolis สังคมหรู ติดถนนใหญ่ 8 เลน ด้วย 4 แนวคิดพิเศษ 1.Elegant Society รั้งสรรค์ความหรูตั้งแต่ทางเข้าด้วยต้นไม้ใหญ่เขียวขจีตลอดแนวทางเข้า 2.Ultimate Landscape สโมสรกลางสวน 5 ไร่ในรูปทรง Modern มุมพักผ่อนบนหอคมวิว 3.Smart Home-Triple Securityทุกหลัง 4.Full Facilitiesสวน,สโมสรเสร็จสมบูรณ์

ชีวิตหรูคัมภีร์แห่งใหม่ ที่แวดล้อมไปด้วยธรรมชาติแห่งต้นไม้ใหญ่เขียวขจี อีกระดับของความคุ้มค่า บนทำเลศักยภาพในวันนี้

: บ้านนันทวัน ศรีนครินทร์

แนวคิดของโครงการ นันทวัน ศรีนครินทร์ The Miracle of Living ชีวิตเหนือระดับท่ามกลางสังคมหรู และสมบูรณ์แบบที่สุด หนึ่งเดียวบนถนนศรีนครินทร์

4.4.3 ข้อมูลโครงการ "มณฑนา"

บ้านมณฑนา... บ้านท่ามกลางบรรยากาศแห่งธรรมชาติ รายล้อมด้วยแมกไม้สวนสวย รั้วสรรค์ทุกสิ่งให้ตอบรับทุกไลฟ์สไตล์ให้คุณได้รู้สึกถึงความอบอุ่น ร่มรื่น บนชีวิตที่เรียบง่าย และให้คุณสมบูรณ์พร้อมยิ่งกว่ากับสังคมระดับคุณภาพที่น่าอยู่ และอบอุ่นและมีอยู่จริง

ภาพที่ 4-18 : บรรยากาศโครงการ "มณฑนา"



ที่มา : เว็บไซต์ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

ระดับราคา	: ราคาเริ่มต้น 5 ล้านบาทขึ้นไป
ขนาดที่ดิน	: ตั้งแต่ 50 ตร.วา
พื้นที่ใช้สอย	: ตั้งแต่ 135 ตร.ม.
ที่ตั้งโครงการ	: บ้านมณฑนา รามอินทรา - วงแหวน

แนวคิดของโครงการ มณฑนา รามอินทรา - วงแหวน รีสอร์ทส่วนตัว.. ตัดถนนวงแหวนรามอินทราเพื่อทุกวันของชีวิต.. ผ่อนคลาย ในบรรยากาศรีสอร์ทตลอด 365 วัน The Newest Enchanting Life งดงามดั่งนิรมิต...ท่ามกลางชีวิตเมืองที่เพียบพร้อม ณ จุดตัดของถนนรามอินทราและถนนวงแหวน กำลังต้อนรับให้คุณสัมผัสกับเอกลักษณ์ ใหม่

: บ้านมณฑนา ปิ่นเกล้า-พระราม 5

แนวคิดของโครงการ มณฑนา ปิ่นเกล้า - พระราม 5 A Neo Inspiration of Living ชีวิต... ไลฟ์สไตล์...แนวคิดใหม่เพื่อการอยู่อาศัยที่เหนือกว่า" เปิดกว้างประสบการณ์การใช้ชีวิตของคุณและครอบครัว ความสุขของ คนเมื่อวานนี้กับวันนี้...ยอมแตกต่าง พบแรงบันดาลใจ ของ การใช้ชีวิตที่เหนือกว่า ด้วยบ้านสวยสไตล์รีสอร์ทหรูในสังคมสุขสงบและเป็นส่วนตัวบนทำเลศักยภาพติดถนนใหญ่ เชื่อมต่อวิถีชีวิตเมืองกับการพักผ่อนที่สมบูรณ์แบบอย่างลงตัว

: บ้านมณฑนา แจ้งวัฒนะ ราชพฤกษ์

แนวคิดของโครงการ บ้านมณฑนา แจ้งวัฒนะ ราชพฤกษ์ Live More in the Capital Life สัมผัสโลกธรรมชาติใบใหม่ ติดถนนใหญ่ในบรรยากาศที่ผ่อนคลาย โดดๆ ตัวเมือง บรรยากาศภายในโครงการร่มรื่นมากกว่า สวยงามมากกว่า และมีระดับมากกว่าใครด้วยการออกแบบที่เพิ่มความ Luxury ให้ชีวิต พร้อมหอมสดชื่น ผ่อนคลาย ด้วยอโรมา และ ไม้หอมนานาพรรณ ที่ให้คุณสัมผัสตั้งแต่ด้านหน้าโครงการ สวนสาธารณะคลับเฮาส์ ไปจนถึงสวนสวยภายในบ้านทุกหลัง

: บ้านมณฑนา อ่อนนุช - วงแหวน 2

แนวคิดของโครงการ มณฑนา อ่อนนุช - วงแหวน 2 The Ideal of Boutique Beauty สะกดทุกอารมณ์ด้วยความงามสไตล์บูติก แนวคิดแห่งการพักผ่อนที่แตกต่าง

: บ้านมณฑนา วงแหวน - เทพารักษ์

แนวคิดของโครงการ มณฑนา วงแหวน-เทพารักษ์ The Precious of Comfort Life ความสุขเหนือระดับ กับชีวิตสบายใกล้ๆ เมือง รีสอร์ทส่วนตัวหนึ่งเดียวติดถนนใหญ่เทพารักษ์ใกล้ทางขึ้นลงวงแหวน กาญจนภิเษก ด้วยแนวคิดการออกแบบเน้นความสุขสงบ ร่มรื่นท่ามกลางธรรมชาติภายในโครงการ ด้วยพื้นที่สีเขียวขนาดใหญ่ ร่มเงาต้นจามจุรีขนาดใหญ่ของถนนเมนเชื่อมต่อธรรมชาติอันงดงามสวนสาธารณะ 2 แห่ง Welcome Greenery, Milldle Park

: บ้านมณฑนา บางนา

แนวคิดของโครงการ มณฑนา บางนา The Unique บ้านสวนดีไซน์ใหม่ ศักยภาพทำเลดีติดถนนใหญ่ จะสุขแค่ไหน ถ้าความรู้สึกแบบนี้คุณสัมผัสได้ทุกวัน กับบ้านที่คุณจะได้ใกล้ชิดธรรมชาติทุกสัมผัสภายใต้แนวคิด Nature Retreat ผสมผสานกับ Modern Style ที่ตอบรับชีวิตที่คุณวันนี้

4.4.4 ข้อมูลโครงการ "สิวลี"

ระดับราคา	: ราคาเริ่มต้น 3.39 ล้านบาทขึ้นไป
ขนาดที่ดิน	: ตั้งแต่ 50 ตร.วา
พื้นที่ใช้สอย	: ตั้งแต่ 114 ตร.ม.
ที่ตั้งโครงการ	: บ้านสิวลี สุวรรณภูมิ

แนวคิดของโครงการ สิวลี สุวรรณภูมิ The Art Of Living...Today and Tomorrow ศาสตร์และศิลป์ของรูปแบบชีวิตแนวใหม่ ที่ไม่ใช่เพียงแคที่อยู่อาศัย หากตอบรับวิถีชีวิตที่พร้อมด้วยความอบอุ่นทันสมัย นำท่านลิ้มรสชาติความรื่นรมย์จากภายนอก เข้าสู่ดินแดนแห่งการพักผ่อนอย่างแท้จริง รายล้อมด้วยทิวไม้ใหญ่กว่า 1,000 ต้น เพื่อชีวิตเหนือระดับ ทั้งในวันนี้และอนาคต The Place that Happiness Grows with You สัมผัสความร่มรื่น บนทำเลที่ดีที่สุด ติดถนนใหญ่ กิ่งแก้ว-บางนา กม.12

ภาพที่ 4-19 : บรรยากาศโครงการ "สิวลี"



ที่มา : เว็บไซต์ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

4.4.5 ข้อมูลโครงการ “พฤษลดา”

ภาพที่ 4-20 : บรรยากาศโครงการ “พฤษลดา”



ที่มา : เว็บไซต์ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

ระดับราคา	: ราคาเริ่มต้น 2.9 ล้านบาทขึ้นไป
ขนาดที่ดิน	: ตั้งแต่ 50 ตร.วา
พื้นที่ใช้สอย	: ตั้งแต่ 114 ตร.ม.
ที่ตั้งโครงการ	: บ้านพฤษลดา วังแหวน - รัตนาธิเบศร์

แนวคิดของโครงการ พฤษลดา วังแหวน - รัตนาธิเบศร์ Happiness is all around บ้านเดี่ยวในบรรยากาศสวนรีสอร์ท บนทำเลศักยภาพ ใกล้รถไฟฟ้าสายสีม่วง (บางใหญ่ - บางซื่อ) เป็นบ้านสร้างเสร็จก่อนขายทั้งโครงการ ในบรรยากาศสวนรีสอร์ท พร้อมเตรียมพื้นที่ส่วนกลางไว้ให้เสร็จสมบูรณ์พร้อมใช้ชีวิตได้จริง

พื้นที่โครงการ	: 135 ไร่
จำนวนแปลงขาย	: 600 แปลง
พื้นที่ใช้สอย	: ตั้งแต่ 114 ตร.ม.

: บ้านพฤษลดา ติวานนท์ - ราชพฤษ

แนวคิดของโครงการ พฤษลดา ติวานนท์ - ราชพฤษ Big happiness for every moment สัมผัสความสุขครั้งใหญ่ที่ได้ทุกช่วงเวลา บนทำเลติดถนนใหญ่ ใกล้ถนนราชพฤษ

: บ้านพฤษลดา ปิ่นเกล้า - สาย 5

แนวคิดของโครงการ พฤษลดา ปิ่นเกล้า - สาย 5 Colorful สีสนของชีวิตของครอบครัวเริ่มต้น Get Closer โครงการติดถนนใหญ่ ใกล้ปิ่นเกล้า

: บ้านพฤษลดา บางนา

แนวคิดของโครงการ แนวคิดของโครงการ พฤษลดา บางนา Togetherness with nature สัมผัสทุกช่วงเวลาแห่งความสุขในสังคมที่กลมกลืนและเป็นหนึ่งเดียวกับธรรมชาติ

: บ้านพฤษลดา รังสิต คลอง 4

แนวคิดของโครงการ พฤษลดา รังสิต คลอง 4 Outing at Home Enjoy your leisure time... เพียงก้าวแรกจากหน้าบ้าน ธรรมชาติบริสุทธิ์ริมรั้วของแม่ไม้ ก็พร้อมให้คุณสัมผัสได้แค่เอื้อม สดชื่นกับการใช้ชีวิตในสไตล์ที่เป็นคุณอย่างแท้จริง ความสุขของการพักผ่อน ใกล้ชิด ธรรมชาติตั้งแต่หน้าบ้าน สวยที่สุดในรังสิต คลอง 4

4.4.6 ข้อมูลโครงการ "ชลลดา"

ระดับราคา	: ราคาเริ่มต้น 3.33 ล้านบาทขึ้นไป
ขนาดที่ดิน	: ตั้งแต่ 56 ตร.วา
พื้นที่ใช้สอย	: ตั้งแต่ 118 ตร.ม.
ที่ตั้งโครงการ	: บ้านชลลดา สุวรรณภูมิ

แนวคิดของโครงการ ชลลดา สุวรรณภูมิ An Unforgettable First Sight พบจุดชมวิวยที่สวยงามที่สุด หน้าบ้านคุณ The ultimate natural impression พิสูจน์ความงดงามเพียงหนึ่งเดียวที่บ้านในบรรยากาศสวน และทะเลสาบขนาดใหญ่กว่า 50 ไร่

ภาพที่ 4-21 : บรรยากาศโครงการ "ชลลดา"



ที่มา : เว็บไซต์ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

4.4.7 ข้อมูลโครงการ "ชัยพฤกษ์"

ภาพที่ 4-22 : บรรยากาศโครงการ "ชัยพฤกษ์"



ที่มา : เว็บไซต์ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

ระดับราคา	: ราคาเริ่มต้น 2.70 ล้านบาทขึ้นไป
ขนาดที่ดิน	: ตั้งแต่ 50 ตร.วา
พื้นที่ใช้สอย	: ตั้งแต่ 119 ตร.ม.
ที่ตั้งโครงการ	: บ้านชัยพฤกษ์ แจ้หวงพัฒนา - ราชพฤกษ์

แนวคิดของโครงการ ชัยพฤกษ์ แจ้หวงพัฒนา - ราชพฤกษ์ The balance of ideal living เต็มที่ที่ทำงาน... เต็มอิมกับการพักผ่อนทุกวัน ความสุขที่นี้คือการได้ออกไปใช้ชีวิตอย่างเต็มที่ และกลับมาพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติได้อย่างเต็มอิมท่าเลสะดวก ติดถนนราชพฤกษ์ ห่างแจ้หวงพัฒนาเพียง 3 นาที

: บ้านชัยพฤกษ์ บางใหญ่

แนวคิดของโครงการ ชัยพฤกษ์ บางใหญ่ Colorful of Joy บ้านหลังแรก กับ "อิสระในการใช้ชีวิตอย่างมีสีสัน" ในราคาเริ่มต้น 3.59 ล้าน ซึ่งเปี่ยมไปด้วย Full Facilities ที่มอบให้กับครอบครัวของท่าน Make everyday colorful สีสันใหม่แห่งการใช้ชีวิต ที่ตอบสนองความต้องการของคุณได้ครบทุกด้าน ในทำเลใกล้โครงการรถไฟฟ้า

: บ้านชัยพฤกษ์ วัชรพล

แนวคิดของโครงการ ชัยพฤกษ์ วัชรพล Expressway To Nature " ทางด่วนสู่ธรรมชาติ" ให้กับชีวิตคนเมือง โครงการริมถนนวัชรพล ใกล้ทางด่วนเพียง 3 กม.

: บ้านชัยพฤกษ์ เทพารักษ์

แนวคิดของโครงการ ชัยพฤกษ์ เทพารักษ์ บ้านในบรรยากาศธรรมชาติ ริมทะเลสาบ สำหรับครอบครัวคนรุ่นใหม่เช่นคุณ มีหลากหลายสไตล์ตามไลฟ์สไตล์เฉพาะคุณบ้านแวดล้อมธรรมชาติ และสายน้ำ บ้านวิวทะเลสาบ ท่ามกลางธรรมชาติริมรั้ว

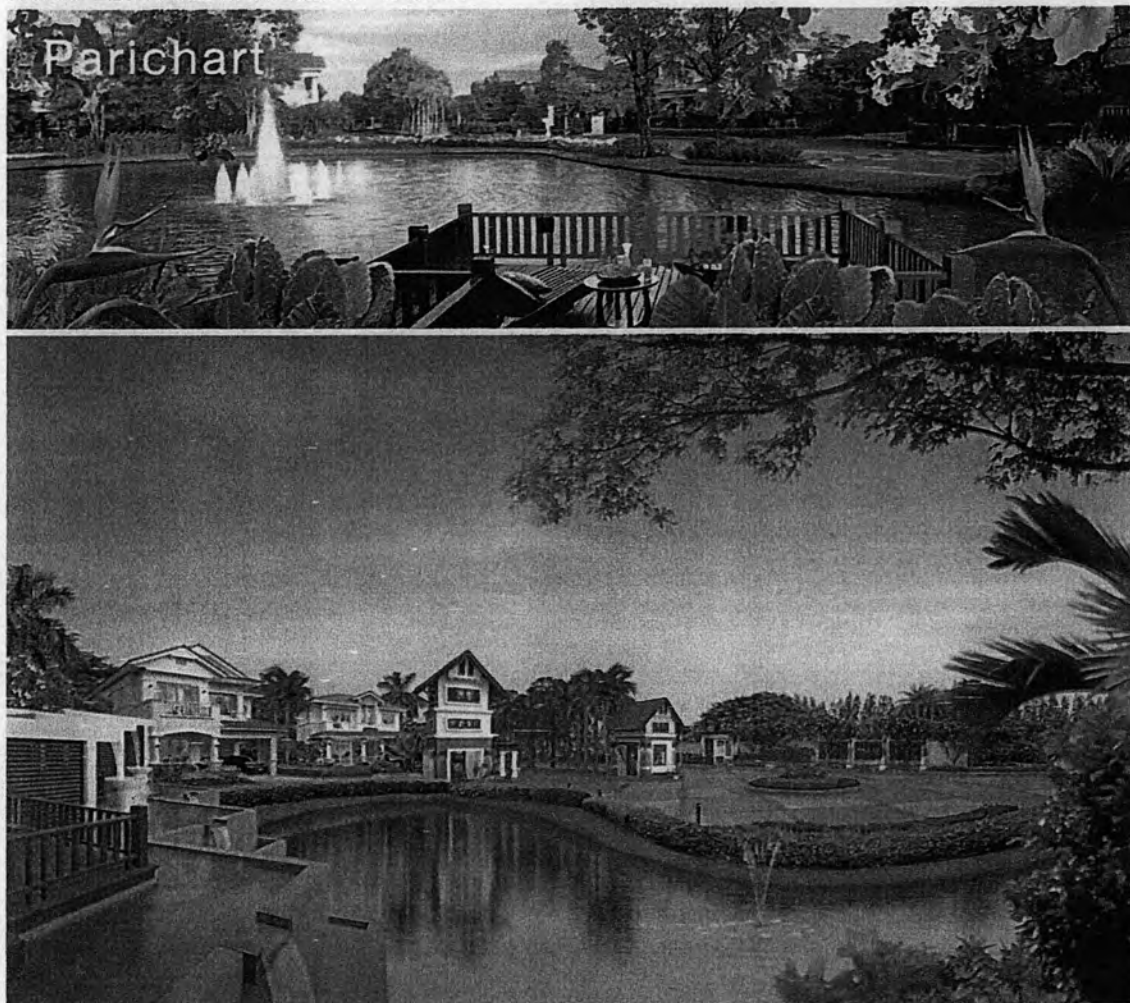
4.4.8 ข้อมูลโครงการ "ปารีชาต"

ระดับราคา	: ราคาเริ่มต้น 3 ล้านบาทขึ้นไป
ขนาดที่ดิน	: ตั้งแต่ 78 ตร.วา
พื้นที่ใช้สอย	: ตั้งแต่ 118 ตร.ม.
ที่ตั้งโครงการ	: บ้านปารีชาต สุวินทวงศ์

แนวคิดของโครงการ The sound of nature สัมผัสความเต็มอิมท่ามกลางอุทยานไม้ใหญ่กว่า 1,000

ต้น สวอย... เกินความคาดหมาย การออกแบบใช้ Theme หลักคือ Contemporary landscape เพื่อสะท้อนความทันสมัยของคนรุ่นใหม่ งานสถาปัตยกรรมมีลักษณะเส้นสายเรียบง่าย โดยใช้ธรรมชาติของวัสดุพืชพันธุ์ผสมผสานให้ผู้อยู่อาศัยรู้สึกอบอุ่น ผ่อนคลายตลอดเวลาที่เข้ามาในโครงการ

ภาพที่ 4-23 : บรรยากาศโครงการ "ปาริชาติ"



ที่มา : เว็บไซต์ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 4-4 : ข้อมูลโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ในปัจจุบัน

ที่ตั้ง	ราคา (ล้านบาท)	ขนาดที่ดิน (ตร.วา)	พื้นที่ใช้สอย (ตร.ม.)	แนวคิดโครงการ
ลดาวัลย์				
ลดาวัลย์ เกษตร - นวมินทร์	20 ขึ้นไป	120	300	Glowing beyond the legend
บันทวิน				
บันทวินแจ่งวัฒนะ - ราชพฤกษ์	7 ขึ้นไป	65	197	The Unique Place Of Success
บันทวิน อูทยาน - อักษระ				The Refinement of living
บันทวิน สุวรรณภูมิ				The Ultimate Elegance in the Metropolis
บันทวิน ศรีนครินทร์				The Miracle of Living
มณฑนา				
มณฑนา รามอินทรา - วงแหวน	5 ขึ้นไป	50	135	The Newest Enchanting Life
มณฑนา ปิ่นเกล้า - พระราม 5				A Neo Inspiration of Living
มณฑนา แจ่งวัฒนะ - ราชพฤกษ์				Live More in the Capital Life
มณฑนา อ่อนนุช - วงแหวน 2				The Ideal of Boutique Beauty
มณฑนา วงแหวน - เทพารักษ์				The Precious of Comfort Life
มณฑนา บางนา				The Unique (Nature Retreat + Modern Style)
สีวลี				
สีวลี สุวรรณภูมิ	3.39 ขึ้นไป	50	114	The Art Of Living... Today and Tomorrow
พฤษลดา				
พฤษลดา วงแหวน - รัตนาธิเบศร์	2.9 ขึ้นไป	50	114	Happiness is all around
พฤษลดา ดิวนนท - ราชพฤกษ์				Big happiness for every moment
พฤษลดา ปิ่นเกล้า - สาย 5				Colorful
พฤษลดา บางนา				Togetherness with nature
พฤษลดา รังสิต คลอง 4				Outing at Home Enjoy your leisure time...
ชลลดา				
ชลลดา สุวรรณภูมิ	3.33 ขึ้นไป	56	118	Glowing beyond the legend
ชัยพฤกษ์				
ชัยพฤกษ์ แจ่งวัฒนะ - ราชพฤกษ์	2.7 ขึ้นไป	50	119	The balance of ideal living
ชัยพฤกษ์ บางใหญ่				Colorful of Joy
ชัยพฤกษ์ วัชรพล				Expressway To Nature
ชัยพฤกษ์ เทพารักษ์				บ้านแนวคัลเลอร์ฟูลและสายน้ำ
ปารีชาต				
ปารีชาต สุวินทวงศ์	3 ขึ้นไป	78	118	The sound of nature