

Headline	OKJ stock jumped 28 percent on the boost from a new brand, supporting a turnaround in performance		
Headline(TH)	OKJ พุ่ง 28เปอร์เซ็นต์ รับแบรนด์ใหม่ หนุนผลงานเทิร์นอะราวด์		
MediaTitle	Khao Hoon (Stock News)		
Date	04 Jun 2026	Color	Full Color
Section	Money and Investing	Circulation	80,000
Page No	5	Readership	490,000
Language	Thai	ArticleSize	269 cm ²
Journalist	n/a	AdValue	THB 37,084
Frequency	Daily	PR Value	THB 111,253



OKJพุ่ง28%รับแบรนด์ใหม่ หนุนผลงานเทิร์นอะราวด์

OKJ ราคาพุ่งแรงเกือบ 28% หวังแบรนด์ใหม่ "Grill & Ground" เรือธงพลิกฟื้นธุรกิจ ปักหมุดขยาย 5 สาขาภายในปี 69 หนุนผลงานครึ่งปีหลังกลับมา "Turnaround" ดึงความเชื่อมั่นนักลงทุน

ผู้สื่อข่าวรายงานว่า ความเคลื่อนไหวราคาหุ้นบริษัท ปลุกผักเพราะรักแม่ จำกัด (มหาชน) หรือ OKJ เมื่อวันอังคารที่ 2 มิ.ย. 2569 ปรับตัวขึ้นแรงจากความคาดหวังในการเปิดแบรนด์ใหม่ Grill & Ground ช่วยหนุนพลิกฟื้นกำไร โดยระหว่างวันทำราคาสูงสุดที่ 3.88 บาทต่อหุ้น ก่อนจะมาปิดตลาดที่ 3.86 บาทต่อหุ้น ปรับเพิ่มขึ้น 0.84 บาทต่อหุ้น คิดเป็นเพิ่มขึ้น 27.81% ด้วยมูลค่าซื้อขายรวมกว่า 124.38 ล้านบาท

นายชลากร เอกชัยพัฒนกุล ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร OKJ เปิดเผยกับ "ข่าวหุ้นธุรกิจ" ว่า ราคาหุ้นของ OKJ ที่มีการขยับตัวขึ้นอย่างโดดเด่นนั้น หนึ่งในปัจจัยบวกที่ขับเคลื่อนความเชื่อมั่นของนักลงทุนน่าจะมาจากความชัดเจนในการขยายธุรกิจตามแผนที่วางไว้ โดยล่าสุด (2 มิถุนายน 2569) ได้เปิดตัวแบรนด์ใหม่ครั้งแรก เป็นสาขาภายใต้แบรนด์ "Grill & Ground"



ชลากร เอกชัยพัฒนกุล

ซึ่งจะเป็นร้านสเต็ก-สลัดบาร์รูปแบบใหม่ โดยตั้งเป้าจะขยายเพิ่มเป็น 5 สาขาภายในปีนี้ ทั้งนี้ บริษัทมองว่าการเปิดตัวแบรนด์ใหม่ในครั้งนี้ ถือเป็นโอกาสในการเพิ่มยอดขายให้กับ OKJ ด้วย

ทั้งนี้ การเปิดตัวแบรนด์ใหม่ดังกล่าวจะเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องยนต์ที่จะขับเคลื่อนธุรกิจ นับเป็นฟันเฟืองที่มีนัยสำคัญต่อภาพรวมของบริษัท และยังเป็นกลยุทธ์สำคัญที่

จะช่วยหนุนให้ผลการดำเนินงานของ OKJ กลับมา Turnaround ได้ในช่วงครึ่งปีหลัง ด้านทิศทางการดำเนินงานในไตรมาส 2/2569 ปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องจากไตรมาส 1/2569 ที่มีรายได้รวม 575.6 ล้านบาท และมีผลขาดทุนสุทธิที่ 30.45 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม ผลประกอบการในไตรมาส 2/2569 จะยังไม่เป็นบวกในทันที แต่เชื่อว่าผลประกอบการในช่วงครึ่งปีหลังจะเป็น Positive ขึ้น โดยปัจจัยหนุนจะมาจาก การปรับกลยุทธ์ต่าง ๆ การบริหารต้นทุน และการปรับ Product Mix (การปรับเปลี่ยนโครงสร้างหรือสัดส่วนของสินค้า) ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

สำหรับในปี 2569 บริษัทยังคงเดินหน้าขยายสาขาใหม่ ๆ ต่อเนื่อง รวมประมาณ 11-12 สาขา โดยในไตรมาส 1/2569 บริษัทได้มีการขยายสาขาภายใต้แบรนด์ "Joe Wings" แล้ว จำนวน 2 สาขา ขณะที่ในไตรมาส 2/2569 บริษัทมีแผนขยายภายใต้แบรนด์ "Oh! Juice" จำนวน 1 สาขา และภายใต้แบรนด์ "Joe Wings" จำนวน 4 สาขา ส่วนในไตรมาส 3/2569 จะขยายสาขาภายใต้แบรนด์ "Joe Wings" จำนวน 5 สาขา, แบรนด์ "Oh! Juice" จำนวน 1 สาขา และแบรนด์ "Okajhu" จำนวน 1 สาขา สำหรับในไตรมาส 4/2569 จะขยายสาขาภายใต้แบรนด์ "Joe Wings" จำนวน 2-3 สาขา ■