ПУБЛІКАЦІЯ / UK

Артем Бородатюк, Netpeak та «Сенс Банк». Дві суми в закупівлі реклами на 18,88 млн грн

Опубліковано 16.11.2026 · Оновлено 16.11.2026

Два записи Netpeak від 31 серпня 2026 року на 18,88 та 17,78 млн грн. Що купував «Сенс Банк» і чому з карток не видно підсумкової ціни.



Редакційний колаж. Портрет Артема Бородатюка з Netpeak Journal.

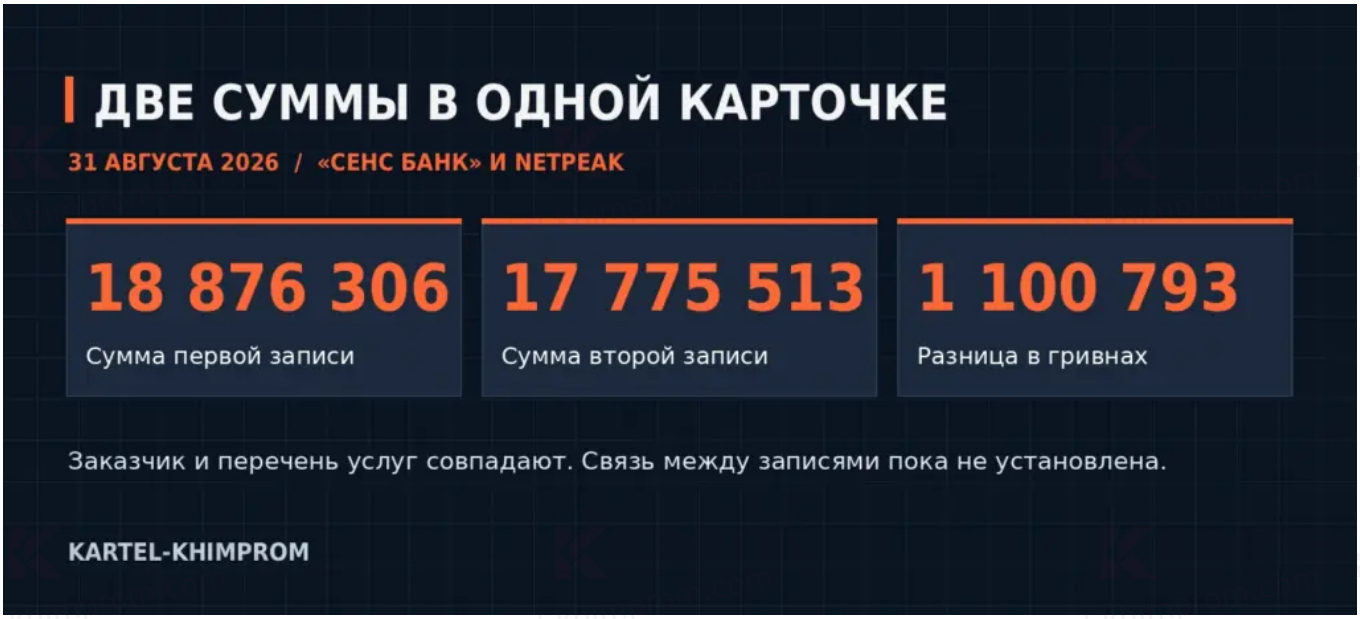
У закупівлі реклами для «Сенс Банку» є незручна деталь. У картці ТОВ «Нетпік» поруч стоять два записи від 31 серпня 2026 року на **18 876 306 та 17 775 513 грн**. В обох випадках один замовник і однаковий перелік послуг. Різниця — 1 100 793 грн. З відкритих карток неможливо зрозуміти, яку суму банк закріпив у договорі та скільки заплатив за рекламу.

«Фраза» винесла в заголовок ім’я засновника Netpeak Артема Бородатюка та суму близько 18 млн грн. Початкова адреса повертає 404, текст зберігся у «Міністерства Новин». Ми звірили цифри з карткою юридичної особи. Записи дійсно є, але архівний заголовок залишає поза кадром питання, без якого суму неможливо до кінця оцінити. За який набір розміщень, за яким договором і на яких умовах «Сенс Банк» взяв на себе ці витрати?

Що «Сенс Банк» збирався придбати у Netpeak

Це широкий набір медіа. За обома рядками йдуть ролики на радіо та лінійному телебаченні, зовнішня та цифрова зовнішня реклама, розміщення на транспорті та в метро, інтернет-кампанії з вимірюваними діями та кампанії на охоплення, включаючи потокове телебачення. У картці за кожним напрямком вказана одиниця «послуга». Вона вказує на категорію закупівлі, проте з неї неможливо визначити кількість виходів, терміни розміщення або ціну окремого каналу.

Дата в картці	Замовник і постачальник	Сума	Що видно публічно
31.08.2026	«Сенс Банк» / ТОВ «Нетпік»	18 876 306 грн	Кілька видів розміщення — від радіо та зовнішньої реклами до digital та OTT
31.08.2026	«Сенс Банк» / ТОВ «Нетпік»	17 775 513 грн	Той самий перелік послуг
—	Різниця між записами	1 100 793 грн	Розрахунок за карткою. Причина розбіжності документально не встановлена



Порівняння двох рядків із картки ТОВ «Нетпік» у YouControl.

Суми не можна додавати без номерів договорів та додатків. Якщо йдеться про один закупівельний процес, рядки можуть відображати різні стани одного запису. Якщо договорів було два, у кожному має бути свій обсяг, період та документи про приймання. Саме збіг назв не вирішує, яка версія є правильною. У знайдених даних немає й ідентифікатора, за яким можна було б впевнено відтворити процедуру, кількість пропозицій та умови відбору підрядника.



Артем Бородатюк. Фото з профілю автора в Netpeak Journal.

kartel-khimprom.com

Де в цій історії Артем Бородатюк

Артем Бородатюк публічно відомий як засновник Netpeak. Картка ЄДР дозволяє встановити конкретного контрагента — ТОВ «Нетпік», код 37184690. Це важливо, оскільки назва групи використовується для безлічі проєктів. Для цієї історії мають значення юридична особа в договорі, особа, яка підписала документи, та одержувачі коштів згідно з актами. З публічної ролі Бородатюка неможливо зробити висновок, чи узгоджував він ціну або чи отримував кошти особисто. В архівній статті закупівля згадується на тлі справи «Мідас». У записах про закупівлі ми не знайшли відомостей, які б пов’язували ці дві історії.

На що звернути увагу в кошторисі майже на 19 мільйонів

Коли агентство купує різні види реклами для одного клієнта, підсумкова цифра приховує принципово різні витрати. Оплата телероликів, оренда площ у метро, комісія агентства та інтернет-кампанії з оплатою за результат дають різні звіти. Якщо до суми входять витрати на розміщення у третіх осіб, порівнювати її з чистою винагородою агентства некоректно. Медіа-кошторис показав би, яка частина замовлення пішла майданчикам, яка — виконавцю, і чи змінювався набір розміщень після узгодження.

Технічне завдання потрібно читати разом зі звітами про виконання. Для зовнішньої реклами це поверхні, періоди та підтвердження виходу. Для телебачення — графік і фактичні виходи. Для digital — показники, під які придбано розміщення. Якщо банк замовляв заявки або інші вимірювані дії, потрібен спосіб пов’язати їх із рекламною кампанією. Один і той самий показ, перегляд і цільова дія описують різний результат.

Як перевірити, що отримав банк

Держава стала власником 100% акцій «Сенс Банку» у липні 2023 року. Масштаб державної участі пояснює інтерес до витрат. Звіт про кампанію та акти приймання дозволили б оцінити їх за обсягом реально наданих послуг, а відомості про відбір — зрозуміти, які ще пропозиції розглядалися. Протокол або опубліковане пояснення вибору підрядника допомогли б перевірити, чи була ціна вирішальним критерієм і з чим її порівнювали.

Головне відкрите питання щодо цієї історії можна сформулювати в одному реченні. Який ідентифікатор договору, яка підсумкова ціна і які документи пояснюють другий запис на 17,78 млн грн? Відповідь дозволить перевірити обидві суми та повернутися до важливішого питання про результат закупівлі.

Джерела

1. «Фраза» — вихідна публікація, за перевіреною адресою 404
   https://fraza.com/uk/news/377943-artem-borodatjuk-18-mln-grn-vid-%C2%ABsens-banku%C2%BB-na-tli-%C2%ABmidasu%C2%BB
2. «Міністерство Новин» — збережений матеріал «Фрази»
   https://mun91.com/novyny/519312/
3. YouControl — картка ТОВ «Нетпік» та два записи в розділі закупівель
   https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/37184690/
4. Мінфін України — договір про придбання державою акцій «Сенс Банку»
   https://www.mof.gov.ua/uk/news/dogovir_kupivli-prodazhu_aktsii_at_sens_bank_pidpisano_derzhava_staie_vlasnikom_banku-4118
5. Forbes Ukraine — профіль засновника Netpeak Артема Бородатюка
   https://forbes.ua/authors/artem-borodatyuk
6. Netpeak Journal — авторський портрет Артема Бородатюка
   https://netpeak.net/blog/uploads/user_avatar/1ab162d05561afc0289e1533693b197c.png

Використання матеріалів

У разі використання матеріалів обов’язкове активне посилання на оригінальну публікацію.

Оригінал матеріалу

https://kartel-khimprom.com/uk/article/artem-borodatyuk-netpeak-ta-sens-bank-dvi-sumi-v-zakupivli-reklami-na-1888-mln-grn/