ПУБЛИКАЦИЯ / RU

Артём Бородатюк, Netpeak и «Сенс Банк». Две суммы в закупке рекламы на 18,88 млн грн

Опубликовано 16.11.2026 · Обновлено 16.11.2026

Две записи Netpeak от 31 августа 2026 года на 18,88 и 17,78 млн грн. Что покупал «Сенс Банк» и почему из карточек не видна итоговая цена.



Редакционный коллаж. Портрет Артёма Бородатюка из Netpeak Journal.

У закупки рекламы для «Сенс Банка» есть неудобная деталь. В карточке ООО «Нетпик» рядом стоят две записи от 31 августа 2026 года на **18 876 306 и 17 775 513 грн**. В обеих один заказчик и одинаковый перечень услуг. Разница — 1 100 793 грн. По открытым карточкам невозможно понять, какую сумму банк закрепил в договоре и сколько заплатил за рекламу.

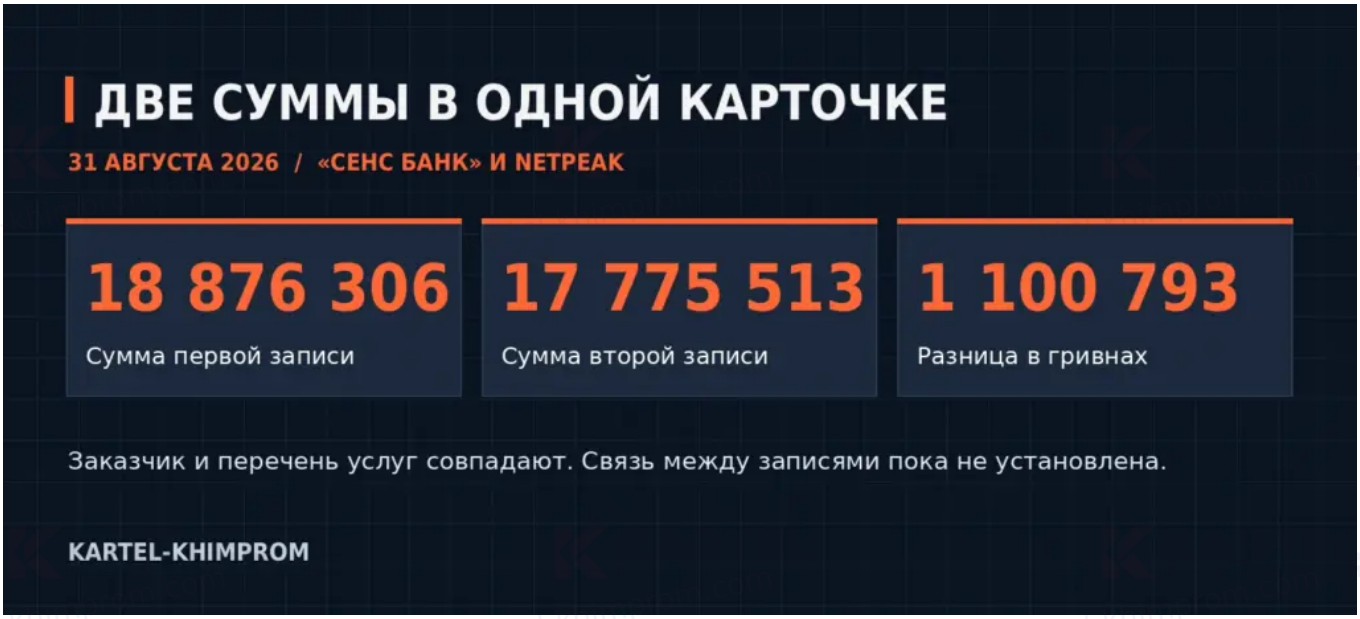
«Фраза» вынесла в заголовок имя основателя Netpeak Артёма Бородатюка и сумму около 18 млн грн. Исходный адрес возвращает 404, текст сохранился у «Міністерства Новин». Мы сверили цифры с карточкой юрлица. Записи действительно есть, но архивный заголовок оставляет за кадром вопрос, без которого сумму нельзя толком оценить. За какой набор размещений, по какому договору и на каких условиях «Сенс Банк» принял эти расходы?

Что «Сенс Банк» собирался купить у Netpeak

Это широкий набор медиа. По обеим строкам проходят ролики на радио и линейном телевидении, наружная и цифровая наружная реклама, размещение на транспорте и в метро, интернет-кампании с измеримыми действиями и кампании на охват, включая потоковое телевидение. В карточке по каждому направлению указана единица «услуга». Она говорит о категории закупки, однако из неё невозможно вывести число выходов, сроки размещения или цену отдельного канала.

Дата в карточке	Заказчик и поставщик	Сумма	Что видно публично
31.08.2026	«Сенс Банк» / ООО «Нетпик»	18 876 306 грн	Несколько видов размещения от радио и наружной рекламы до digital и OTT
31.08.2026	«Сенс Банк» / ООО «Нетпик»	17 775 513 грн	Тот же перечень услуг
—	Разница между записями	1 100 793 грн	Расчёт по карточке. Причина расхождения документально не установлена

При использовании обязательна ссылка на оригинал
kartel-khimprom.com / RU



Сопоставление двух строк из карточки ООО «Нетпик» в YouControl.

Суммы нельзя складывать без номеров договоров и приложений. Если речь об одном закупочном процессе, строки могут представлять разные состояния одной записи. Если договоров было два, в каждом должны быть свой объём, период и документы о приёмке. Само совпадение названий не решает, какая версия верна. В найденных данных нет и идентификатора, по которому можно было бы уверенно восстановить процедуру, число предложений и условия отбора подрядчика.



Артём Бородатюк. Фото из профиля автора в Netpeak Journal.

Где в этой истории Артём Бородатюк

Артём Бородатюк публично известен как основатель Netpeak. Карточка ЕГР позволяет установить конкретного контрагента — ООО «Нетпик», код 37184690. Это важно, потому что название группы используется для множества проектов. Для этой истории имеют значение юрлицо в договоре, лицо, подписавшее бумаги, и получатели денег по актам. Из публичной роли Бородатюка нельзя вывести, согласовывал ли он цену или получал ли средства лично. В архивной статье закупка упоминается на фоне дела «Мидас». В закупочных записях мы не нашли сведений, которые связывали бы эти две истории.

На что смотреть в смете почти на 19 миллионов

Когда агентство покупает разные виды рекламы для одного клиента, итоговая цифра скрывает принципиально разные расходы. Оплата телероликов, аренда поверхностей в метро, комиссия агентства и интернет-кампании с оплатой за результат дают разные отчёты. Если в сумму входят расходы на размещение у третьих лиц, сравнивать её с чистым вознаграждением агентства некорректно. Медиа смета показала бы, какая часть заказа пошла площадкам, какая — исполнителю, и менялся ли набор размещений после согласования.

Техническое задание нужно читать вместе с отчётами о выполнении. Для наружной рекламы это поверхности, периоды и подтверждение выхода. Для телевидения — график и фактические выходы. Для digital — показатели, под которые куплены размещения. Если банк заказывал заявки или другие измеримые действия, нужен способ связать их с рекламной кампанией. Один и тот же показ, просмотр и целевое действие описывают разный результат.

Как проверить, что получил банк

Государство стало владельцем 100% акций «Сенс Банка» в июле 2023 года. Масштаб государственного участия объясняет интерес к расходам. Отчёт о кампании и акты приёмки позволили бы оценивать их по объёму реально оказанных услуг, а сведения об отборе — понять, какие ещё предложения рассматривались. Протокол или опубликованное объяснение выбора подрядчика помогли бы проверить, была ли цена решающим критерием и с чем её сравнивали.

При использовании обязательна ссылка на оригинал
kartel-khimprom.com / RU

Главный открытый вопрос по этой истории можно сформулировать в одной строке. Какой идентификатор договора, какая итоговая цена и какие документы объясняют вторую запись на 17,78 млн грн? Ответ позволит проверить обе суммы и вернуться к более важному вопросу о результате закупки.

Источники

1. «Фраза» — исходная публикация, по проверенному адресу 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» — сохранённый материал «Фразы»
   https://mun91.com/novyny/519312/

3. YouControl — карточка ООО «Нетпик» и две записи в разделе закупок
   https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/37184690/

4. Минфин Украины — договор о приобретении государством акций «Сенс Банка»
   https://www.mof.gov.ua/uk/news/dogovir_kupivli-prodazhu_aktsii_at_sens_bank_pidpisano_derzhava_staie_vlasnikom_banku-4118

5. Forbes Ukraine — профиль основателя Netpeak Артёма Бородатюка
   https://forbes.ua/authors/artem-borodatyuk

6. Netpeak Journal — авторский портрет Артёма Бородатюка
   https://netpeak.net/blog/uploads/user_avatar/1ab162d05561afc0289e1533693b197c.png

Использование материалов

При использовании материалов обязательна активная ссылка на исходную публикацию.

Оригинал материала

https://kartel-khimprom.com/ru/article/artyom-borodatyuk-netpeak-i-sens-bank-dve-summy-v-zakupke-reklamy-na-1888-mln-grn/