

УДК 7.012:659.13]:721(045)

DOI <https://doi.org/10.32782/uad.2026.2.1>

Агеєва Галина Миколаївна,

кандидат технічних наук, старший науковий співробітник,

Дійсний член Академії будівництва України

ORCID ID: 0000-0001-9376-8753

gala.agieieva@gmail.com

ВІЗУАЛЬНИЙ ОБРАЗ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЗАСІБ КОМУНІКАЦІЇ В БУДІВЕЛЬНІЙ ГАЛУЗІ ТА СОЦІАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

У конкурентному середовищі будівельної галузі ефективність діяльності підприємств значною мірою залежить від їх соціально-економічної взаємодії та відповідної комунікаційної політики. Велика увага приділяється й питанням формування та управління системою корпоративної ідентичності.

Мета статті – оприлюднити результати досліджень особливостей побудови візуальних образів підприємств будівельної галузі, які використовуються в якості знаків для товарів і послуг.

Для дослідження обрані елементи фірмового стилю (знаки на товари і послуги) провідних науково-дослідних та проектно-вишукувальних інститутів будівельної галузі, які мають багаторічну історію, розташовані у м. Києві (10).

Джерельну базу складають офіційні, наукові, довідкові та рекламні видання; відомості про заснування, основні напрямки та результати діяльності інститутів, отримані з відкритих джерел.

Застосовані такі методи:

– джерелознавчий;

– семіотичний та критичний аналіз, контент-аналіз;

– системний підхід до вивчення об'єктів як складників фірмового стилю підприємств, їх впливу на формування усталеного образу в пам'яті цільової аудиторії.

Встановлено, що обрані елементи фірмового стилю відносяться до знаків комбінованого типу; їх лінгвістичні та зображальні складники збігаються за змістом, віддзеркалюють належність до будівельної галузі та орієнтовані на інформування про спеціалізацію, наявний досвід та досягнення підприємств.

Скорочені найменування підприємств присутні в усіх знаках; подані з використанням ініціальних (2) та складноскорочених абревіатур (8).

Відповідні позначки привертають увагу до років заснування (2), зв'язків з регіонами України (1) та Києвом (4), стійкого зв'язку з національною спільнотою (1), факту набуття знаком правової охорони (1).

Виявлено, що врівні з умовними стилізованими та формалізованими зображеннями будівельних об'єктів, конструкцій, архітектурних деталей (7) відтворені певні реально-існуючі об'єкти (3).

Високий рівень деталізації зображень знаків нагадує про об'єкти культурної спадщини, які потребують збереження та охорони (2).

Простежується тенденція дотримання прийомів і правил виконання та оформлення креслеників будівельних об'єктів.

Окрему увагу приділено знаку для товарів і послуг з високим рівнем деталізації архітектурних елементів, складником якого є стилізоване зображення завершення будівлі – висотної домінанти забудови Андріївського узвозу в Києві.

Наслідки військового урбіциду 2022–2026 років та величезні обсяги складних робіт із відновлення та відбудови країни, до виконання яких залучаються підприємства будівельної галузі, можуть стати точкою відліку для диверсифікації діяльності підприємств та випуску нових видів продукції.

Актуалізація систем корпоративної ідентичності в умовах воєнних та повоєнних викликів, зміна маркетингових стратегій та засобів візуальної ідентифікації своєї науково-технічної продукції може сприяти формуванню інших візуальних образів для використання у якості знаків для товарів і послуг.

Ключові слова: дизайн графічний, знак на товари і послуги, будівельна галузь, корпоративна ідентичність, Київ, Андріївський узвіз.

Agieieva Galyna. THE VISUAL IMAGE OF AN ENTERPRISE AS A MEANS OF COMMUNICATION IN THE CONSTRUCTION INDUSTRY AND THE SOCIAL ENVIRONMENT

In the competitive environment of the construction industry, the effectiveness of enterprises largely depends on their socio-economic interaction and the corresponding communication policy. Considerable attention is also paid to the issues of formation and management of the corporate identity system.

The purpose of this article is to present the results of research into the specific features of constructing visual images of construction industry enterprises used as trademarks for goods and services.

The elements of corporate identity (trademarks for goods and services) of leading research and design institutes of the construction industry with many years of history, located in Kyiv (10), were selected for the study.

The source base consists of official, scientific, reference and promotional publications; information on the establishment, main areas, and results of the institutes' activities obtained from open sources.

The following methods were applied:

– source studies;

– semiotic and critical analysis, content analysis;

– a systemic approach to the study of objects as components of corporate identity, and their influence on the formation of a stable image in the memory of the target audience.

It has been established that the selected elements of corporate identity belong to combined-type trademarks; their linguistic and figurative components coincide in meaning; they reflect affiliation with the construction industry and are oriented toward informing about the enterprises' specialization, existing experience, and achievements.

The abbreviated names of the institutes are present in all trademarks; they are presented using initial abbreviations (2) and compound abbreviated forms (8).

The corresponding designations draw attention to the years of establishment (2); connections with the regions of Ukraine (1), Kyiv (4), the national community (1); and the fact that the trademark has acquired legal protection (1).

It has been revealed that, alongside conventional stylized and formalized images of construction objects, structures, and architectural details (7), certain real-life objects are reproduced in the trademarks (3).

The high level of detail in the trademark images recalls cultural heritage objects that require preservation and protection (2).

A tendency to adhere to the techniques and rules for the execution and design of construction drawings of building objects is observed.

Special attention is given to a trademark for goods and services with a high level of detail of architectural elements, a component of which is a stylized image of the crowning element of a building – the high-rise dominant of the development of Andriivskiy Descent in Kyiv.

The consequences of the military urbicide of 2022–2026 and the enormous volume of complex restoration and reconstruction works in which construction industry enterprises are involved may become a starting point for the diversification of enterprises' activities and the production of new types of products.

The updating of corporate identity systems under wartime and post-war challenges, changes in marketing strategies, and visual identification tools of scientific and technical products may contribute to the formation of new visual images to be used as trademarks for goods and services.

Key words: *graphic design, trademarks for goods and services, construction industry, corporate identity, Kyiv, Andriivskiy Descent.*

Вступ. Військовій урбіцид 2022–2026 років і нагальна потреба у відновленні та відбудові країни привертає увагу до діяльності спеціалізованих підприємств будівельної галузі, які мають багаторічний досвід будівництва, ремонту та реконструкції будівель та споруд різного призначення.

Низку науково-дослідних, проектно-вишукувальних організацій було засновано у період Другої світової війни 1939–1945 років або по її завершенню з метою відбудови країни, яка зазнала значних втрат під час окупації фашистською Німеччиною.

За їх проектами у повоєнні роки були побудовані житлові райони, мікрорайони, комплекси, будівлі, які зазнали часткових або повних руйнувань упродовж 2022–2026 років.

Історія існування кожного з цих підприємств наповнена колосальним досвідом проектування різних за призначенням будівельних об'єктів – від унітарних до унікальних за технологічними, архітектурними, конструктивними, інженерними рішеннями.

Реалізація останніх:

– вплинула на ефективність просторово-планувальної організації території

України, формування та збереження міських ландшафтів;

– забезпечила відповідні рівні соціально-економічного розвитку територій;

– сприяла створенню відповідного іміджу підприємств, залучених до розв'язання містобудівних завдань, проектування, наукового супроводу процесів будівництва та експлуатації об'єктів, тощо.

Формуванню усталеного образу цих підприємств у пам'яті цільової аудиторії (мешканців населених пунктів, замовників, підрядних організацій та ін.) сприяють й елементи фірмового стилю, які використовують «...для ідентифікації організації (підприємства), її діяльності та продукції» [1, с. 11] у якості знаків для товарів і послуг [2, 3].

Мета статті – оприлюднити результати досліджень особливостей побудови візуальних образів підприємств будівельної галузі, які використовуються в якості знаків для товарів і послуг.

Матеріали та метод. Для дослідження обрані елементи фірмового стилю (знаки на товари і послуги) десяти провідних науково-дослідних та проектно-вишукувальних інститутів будівельної галузі, які мають багаторічну історію, розташовані у м. Києві, а саме:

– Державне підприємство (далі – ДП) Український державний науково-дослідний інститут проектування міст «ДІПРОМІСТО» імені Ю. М. Білоконя [4];

– ДП «Проектний інститут «Київський Промбудпроект» [5];

– Акціонерне товариство (далі – АТ) «Київпроект» [6];

– ДП «Державний науково-дослідний інститут будівельних конструкцій» [7];

– ДП «Державний науково-дослідний та проектно-вишукувальний інститут «НДІпроектреконструкція» [8];

– ДП «Український науково-дослідний і проектний інститут цивільного будівництва» (ДП «УКРНДІПЦИВІЛЬБУД») [9];

– Український державний науково-дослідний та проектний інститут «УкрНДІпроектреставрація» [10];

– ДП «Науково-дослідний інститут будівельного виробництва імені В. С. Балицького» [11];

– Приватне акціонерне товариство (далі – ПРАТ) «ГПРОЦИВІЛЬПРОМБУД» [12];

– Публічне акціонерне товариство (далі – ПАТ) «Український зональний науково-дослідний і проектний інститут по цивільному будівництву» (КиївЗНДІЕП) [13].

Більш детальна увага приділена знаку на товари і послуги Державного науково-дослідного та проектно-вишукувального інституту «НДІпроектреконструкція», з яким автора статті пов'язує багаторічна наукова, науково-технічна діяльність [14–16].

Джерельну базу складають:

– офіційні видання – законодавчі та нормативно-правові акти у сфері авторського права, архітектури, будівництва, дизайну [1, 2, 17]; звід пам'яток історії та культури України [18];

– наукові [3, 14, 16, 19–32], довідкові [33] та рекламні видання [4–13];

– відомості про заснування, основні напрямки та результати діяльності інститутів, отримані з відкритих джерел [4–14];

– архівні матеріали натурних досліджень, історико-архівних розвідок, науково-технічна продукція інституту «НДІпроектреконструкція» [14–16, 19, 20, 30] тощо.

Ураховувався вітчизняний та зарубіжний досвід:

– розроблення маркетингових стратегій, спрямованих на формування іміджу міст, зокрема Києва; підвищення іміджевих позицій територій з послідовним використанням у відповідних стратегіях брендингу і ребрендингу (Л. Т. Кияк-Редькович [25]; А. Г. Шаповал, О. В. Мазніченко, А. М. Осадча [31]);

– поширення практики семіотичного аналізу у візуальній соціології та візуальній культурології (В. Головей [23]);

– систематизації та класифікації ідентифікаційної знакової графіки для розкриття морфології логотипа (Л. М. Безсонова [21]);

– удосконалення стильових категорій у системі графічного дизайну логотипів (М. С. Гніденко, В. В. Колесніков [22]; І. О. Костенко [26] та ін.);

– організацій та підприємств будівельної галузі щодо використання стилізованих зображень будівель та споруд у якості

невід'ємних компонент знаків на товари і послуги [4–13, 33], тощо.

Застосовані такі методи:

- джерелознавчий;
- семіотичний та критичний аналіз, контент-аналіз;
- системний підхід до вивчення об'єктів як складників фірмового стилю підприємств, їх впливу на формування усталеного образу в пам'яті цільової аудиторії.

Результати. Знак на товари і послуги є одним з основних елементів фірмового стилю (айдентики). У загальному випадку:

- він є позначенням, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від однорідних товарів і послуг інших осіб [2, 3];
- це – «...елемент графічного дизайну, що має необхідну і достатню інформацію для візуалізації та розуміння призначення матеріального об'єкта, ситуації, дії» [1, с.16];
- це – особливий креалізований «малоформатний текст», складники якого повинні забезпечувати наочність та ефективність сприйняття інформації, оказувати емоційний вплив на споживачів, формувати рівень довіри з їх боку, тощо [25, с. 130].

У створенні такого «малоформатного тексту» бере участь комплекс різних знакових систем (малюнки, символи, знаки, певні поєднання букв, цифр, шрифтів, кольорів або їх комбінація), який, у подальшому, використовується для популяризації товару і послуг.

Цілком логічно виникає запитання: які саме варіанти «малоформатних текстів» використовують підприємства для позначення своєї науково-технічної продукції, її ідентифікації у конкурентному середовищі будівельної галузі впродовж багатьох років?

Комплексний аналіз знаків на товари і послуги

Усі обрані для аналізу десять знаків є оригінальними, вразливими та впізнаваними не тільки у галузевому середовищі, але й серед потенціальних замовників відповідної науково-технічної продукції, споживачів кінцевих результатів її реалізації та ін.

Знаки на товари і послуги – «малоформатні тексти» – мають різні рівні складності, підходи до підбору тексту та зображень, їх

деталізації, засобів подання, тощо [21–23, 25, 26, 31–33].

Можна стверджувати, що усі знаки мають паралельний тип кореляції тексту та зображень, які збігаються за змістом. При цьому один із елементів може відіграти визначальну роль у формуванні усталеного образу «малоформатного тексту» [25, с. 130].

Доцільно окреслити такі особливості окремих знаків:

- попереджувальне маркування про факт набуття правової охорони у вигляді спеціального позначення ® вміщує тільки один знак («КиївЗНДІЕП»);

- два підприємства позначками років заснування привертають увагу до наявного багаторічного досвіду наукової та науково-технічної діяльності (1930 – «ДПРО-МІСТО», 1945 – «Цивільбуд»);

- на співпраці з усіма регіонами акцентує увагу лише найменування «УкрНДІпроектреставрації», яка спеціалізується на виявленні та дослідженні об'єктів та пам'яток нерухомої культурної спадщини України;

- знаки чотирьох підприємств мають пряме посилання на зв'язок із столицею України, що віддзеркалює специфіку напрямків діяльності, але не виключає її поширення до регіональних та державних рівнів. Назва міста Київ присутня:

- а) в комбінації символів та знаків «УкрНДІпроектреставрації»;

- б) у складі скорочених найменувань підприємств «Київський Промбудпроект», «КиївЗНДІЕП», «Київпроект». Знак останнього додатково акцентований великою літерою «К»;

- поєднання жовтого та блакитного кольорів у знаку «НДІБК» сприяє встановленню стійкого емоційного зв'язку з національною спільнотою.

Усі «малоформатні тексти» відносяться до знаків комбінованого типу, складниками яких є **лінгвістичні** (літери, слова, цифри, представлені у різних комбінаціях) та **зображальні елементи**.

До особливостей саме лінгвістичних складників слід віднести наявність скорочених найменувань підприємств, поданих із використанням:

– ініціальних абревіатур (далі – ІА), тобто утворених за назвами початкових літер найменувань підприємств («НДІБК», «НДІБВ»);



– складноскорочених абревіатур (далі – СА), що утворені скороченням словосполучень та слів, які читаються за назвами

початкових літер («ДІПРОМІСТО», «Київський Промбудпроект», «КиївПРОЕКТ», «НДІпроектреконструкція», «ЦИВІЛЬБУД», «УкрНДІпроектреставрація», «ГПРОцивільпромбуд», «КиївЗНДІЕП») (таблиця 1).

За способом графічного відображення особливостей діяльності цих підприємств

Таблиця 1

Приклади знаків на товари і послуги науково-дослідних та проєктно-вишукувальних інститутів будівельної галузі України

Знак на товари і послуги	Рік заснування	Складники комбінованого знаку		
		Лінгвістичні		Зображальні (зміст стилізованого зображення / кількість шрифтів / кількість кольорів)
		Літери / слова	Цифри	
ДП Український державний науково-дослідний інститут проєктування міст «ДІПРОМІСТО» імені Ю. М. Білоконя [4]				
	1930	– / скорочене найменування підприємства (СА)	1930	Умовне зображення будівельних конструкцій або стилізація великої літери «М» (скорочене позначення слова «місто») / 1 / 2
ДП «Проектний інститут «Київський Промбудпроект» [5]				
	1930	– / скорочене найменування підприємства (СА)	–	Умовне зображення фрагменту архітектурного ордеру (іонічного) / 1 / 3
АТ «Київпроект» [6]				
	1937	Стилізована велика літера «К», (концентрує в собі назву міста Києва та найменування підприємства «Київпроект») / скорочена назва інституту (СА)	–	Фрагмент архітектурного іонічного ордеру (символізує архітектурну та містобудівну діяльність) у поєднанні з великою літерою «К» / 2 / 2
ДП «Державний науково-дослідний інститут будівельних конструкцій» (НДІБК) [7]				
	1943	– / скорочене найменування підприємства (СА)	–	Узагальнене стилізоване зображення будівлі / 1 / 3
ДП «Державний науково-дослідний та проєктно-вишукувальний інститут «НДІпроектреконструкція» [8]				
	1945	– / скорочене найменування підприємства (СА)	–	Стилізоване зображення завершення будівлі з високим рівнем деталізації архітектурних елементів / 1 / 2
ДП «Український науково-дослідний і проєктний інститут цивільного будівництва» (ДП «УКРНДІПЦІВІЛЬБУД») [9]				
	1945	– / скорочене найменування підприємства (СА)	1945	Умовні абрисы двох малоповерхових будинків / 1 / 2

Продовження таблиці 1

Український державний науково–дослідний та проектний інститут «УкрНДІпроектреставрація» [10]				
	1946	– / скорочене найменування підприємства (СА); Київ – позначення міста	–	Поєднання зображень частки архітектурного ордеру (іонічного) та креслярського інструменту (циркулю); високий рівень деталізації / 2 / 2
ДП «Науково–дослідний інститут будівельного виробництва імені В.С.Балицького» (НДІБВ) [11]				
	1946	– / скорочене найменування підприємства (ІА)	–	Стильове зображення комплексу різноповерхових будівель / 1 / 2
ПРАТ «ГПРОЦИВІЛЬПРОМБУД» [12]				
	1949	Комбінація великих літер «Г», «Ц», «П», «Б» (скорочене найменування підприємства) на гранях кубу (ІА) / скорочене найменування підприємства (СА)	–	Умовний тривимірний об'єм (куб), грані якого сформовані об'ємними фігурами – великими літерами «Г», «Ц», «П», «Б» / 2 / 2
ПАТ «Український зональний науково–дослідний і проектний інститут по цивільному будівництву» (КиївЗНДІЕП) [13]				
	1963	– / скорочене найменування підприємства (СА)	–	Стилізоване перспективне зображення багатоповерхової будівлі; спеціальний символ ® / 1 / 2

можна виділити **предметно-зображальні знаки**, що:

– віддзеркалюють належність до будівельної галузі;

– відтворюють певні реально-існуючі об'єкти (таблиця 1).

У першому варіанті – це різні за рівнями стилізації та формалізації зображення:

– складних архітектурних деталей іонічного ордеру («Київський Промбудпроект», «Київпроект», «УкрНДІпроектреставрація»);

– тривимірного об'єкта – куба, грані якого сформовані об'ємними фігурами – великими літерами «Г», «Ц», «П», «Б» («ГПРОцивільпромбуд»);

– креслярського інструменту – циркуля («УкрНДІпроектреставрація»);

– будівельних об'єктів («ДПРОМІСТО», «НДІБК», «Цивільбуд»).

У другому варіанті знаки вміщують графічні зображення, які:

– асоціюються з образами будівель та комплексів, де розташовані підприємства

(«НДІБВ», просп. Лобановського, 51 [11]; «КиївЗНДІЕП», бул. Лесі Українки, 26, ліве крило [13]);

– нагадують про пам'ятку архітектури виняткового містобудівного значення, до розроблення проектної документації на реконструкцію якої залучалась «НДІпроектреставрація» [15, 30].

При оформленні всіх «малоформатних текстів» простежується стійка тенденція дотримання прийомів і правил виконання креслеників будівельних об'єктів, зокрема:

– монохромність кольорової палітри. Виключенням є два знаки, де присутні три кольори («Київський Промбудпроект», «НДІБК»);

– перевага була надана шрифтам без засічок («ДПРОМІСТО», «Київський промбудпроект», «НДІБК», «НДІпроектреставрація», «ЦИВІЛЬБУД», «УкрНДІпроектреставрація» (скорочена назва), «НДІБВ», «ГПРОцивільпромбуд», «КиївЗНДІЕП»);

– шрифти із засічками використані лише «Київпроект» для скороченої назви підприємства та «УкрНДІпроектреставрація» – для позначення міста Київ;

– скриптовим шрифтом виконана одна велика літера «К» у складі знаку «Київпроект»;

– шрифт із тіннями присутній тільки в одному знаку («Київський Промбудпроект»).

Разом із тим, розробниками «малоформатних текстів» були обрані такі гарнітури символів:

– звичайна «З» («УкрНДІпроектреставрація»);

– жирна «Ж»,

– курсив «К»,

– капітелі «КАП» («ДПРОМІСТО», «Київський промбудпроект», «Київпроект», «НДІпроектреставрація», «УкрНДІпроектреставрація» (позначення міста Київ));

та їх комбінацій, зокрема:

а) Ж+КАП («ГПРОцивільпромбуд», «НДІБК», «Цивільбуд», «НДІБВ»);

б) Ж+К+КАП («КиївЗНДІЕП»).

Сприяє легкості візуального сприйняття «малоформатних текстів» у цілому розміщення лінгвістичних складників **тільки по горизонталі** («ДПРОМІСТО», «Київський промбудпроект», «Київпроект», «НДІБК», «УкрНДІпроектреставрація», «НДІБВ», «КиївЗНДІЕП»).

Виключенням є три знаки, де обрані інші схеми розміщення літер та слів:

– **комбіноване** – по горизонталі та вертикалі («Цивільбуд»);

– **комбіноване** – по горизонталі та в аксонометрії (на гранях куба) («Гіпроцивільпромбуд»);

– **криволінійне** – по контуру кола, окреслюючи графічне зображення («НДІпроектреставрація»).

Таке поєднання знаків, шрифтів, кольорів та символів дозволило створити оригінальні «малоформатні тексти» з посиленням на конкретні підприємства будівельної галузі, додати їм естетики та емоціонального наповнення.

Саме цими знаками вже багато років підприємства позначають свою

науково-технічну продукцію, яка має велику цільову аудиторію в Україні та за її межами.

Особливості стильового вирішення знаку на товари і послуги ДП «НДІпроект-реставрація»

Державний науково-дослідний та проектно-вишукувальний інститут «НДІпроектреставрація» заснований у червні 1945 року як проектно-кошторисне бюро при Міськжитлоуправлінні Київської міської Ради депутатів трудящих. Має розвинуту регіональну структуру: головний офіс у Києві, понад 20 філіалів в обласних центрах та великих містах країни [14].

Для ідентифікації інституту, його діяльності та науково-технічної продукції у якості елементу фірмового стилю обраний оригінальний знак на товари і послуги (таблиця 1), що офіційно зареєстрований у 2003 році [15].

Графічний складник знаку узагальнює наявний досвід розроблення проектно-документації для капітальних ремонтів, реконструкції об'єктів різного призначення, зокрема пам'ятників архітектури та історії [14].

Серед цих об'єктів – житловий будинок («Замок Річарда – Левове Серце»), побудований упродовж 1902–1904 років, який займає особливе місце в архітектурному середовищі міста, є об'єктом культурної спадщини Подільського району Києва [18].

Об'єкт має складну будівельну історію, пов'язану:

– з особливостями проектування, будівництва та експлуатації будівель на складному рельєфі й схилах гори Уздихальниці (рис. 1, а, б);

– з понад 100-річним періодом експлуатації, неодноразовою зміною власності та, як наслідок, зміною функціонального призначення (перетворення комерційного житла на комунальне; комунальних (багатокімнатних квартир) на готель) [18];

– з проведенням низці різнопланових перепланувань, ремонтів та реконструкцій, тощо (рис. 1, в).

Слід додати, що основний обсяг робіт із перепланування багатокімнатних квартир колишніх прибуткових будинків



а

б

в

Рис. 1. Житловий будинок, Андріївський узвіз, 15, м. Київ:
а, б – до початку будівельних робіт із реконструкції, 1982 р. [29];
в – у процесі реконструкції, 1989 р. Фото С. П'ятерикова [24]

Києва припадає на 1960–1980-і роки. Саме цей період співпадає з масовим вичерпанням ресурсу конструктивними елементами та системами цих будинків (дерев'яними міжповерховими перекриттями, тримальними системами дахів та баштових об'ємів та ін.).

Для відновлення експлуатаційних якостей будівель планується проведення комплексних заходів. Реконструкція у багатьох випадках супроводжується переплануванням внутрішнього простору, надбудовою, прибудовою додаткових об'ємів, забудовою проїздів до підвір'я, втратою флігелів та господарських споруд, ліквідацією пічного опалення, модернізацією систем інженерного забезпечення, тощо [19, 20, 27–30].

У «Зводі пам'яток історії та культури України» зафіксовані такі відомості про прибутковий будинок № 15 на Андріївському узвозі та його архітектурно-планувальні ознаки:

«...В його основу покладено проект житлової споруди Міністерства внутрішніх справ у Санкт-Петербурзі академіка архітектури Р. Марфельда (бл. 1899), перероблений відповідно до конкретного місця.

На підвір'ї садиби по периметру розміщувались також одноповерховий цегляний житловий флігель (знесений 1988), одноповерхові служби з великою льодовнею у підвалі й контрфорсні стіни зі сходами між ними,

що вели на дах флігеля, до будинку і на гору. В будинку були каналізація та пічне опалення, підвір'я і проїзд заасфальтовані. Будівельні й оздоблювальні роботи завершені на поч. 1904. В одноповерховій трикамерній нижній прибудові з вулиці містилися м'ясна й бакалійна лавки «Андріївський ринок», перукарня. До 1911 садиба належала Д. Орлову. Наступними її власниками були М. Франк (1911-13), А. Серебренников (1913-17), П. Урусов (1917-19).

П'ятиповерховий, на цокольному напівповерсі, цегляний, у плані близький до прямокутника. Перекриття плоскі.

На кожному поверсі було по кілька квартир (в основному три-, п'ятикімнатні); на четвертому поверсі – одна 11-кімнатна квартира.

Первісне планування повністю змінено. Споруда виконана у стилізованих формах готики, що імітують середньовічний англійський замок. Асиметричний за об'ємно-просторовою структурою і такий, що має у забудові тристоронній огляд, будинок відзначається динамізмом розгортання композиції і виразною рубленою пластикою модельованих у лицьовій цеглі фасадів.

Відображає неоромантичні тенденції періоду пізнього еkleктизму, що передували модернові. Можливість візуального сприймання будинку з віддалених точок зумовила акцентування декором його верхнього поверху

та вінцевої частини, де зосереджено навісні вежки, які фіксують нарізні частини, й багаторядні зубчасті пояси, що імітують машикулі. Неглибокий еркер на четвертому поверсі з великим вікном завершений вишуканим ступінчастим шпилем.

Центром загальної композиції є підвищений баштовий об'єм над вхідним ризалітом з пірамідальним завершенням...

... Пам'ятка має виняткове містобудівне значення. Як акцент у забудові вулиці, вона входить до загальноміської панорами, що відкривається на Верхнє місто з Подолу й лівого берега Дніпра...» [18, с. 168].

У 1979 році будівля отримала статус пам'ятки архітектури групи В (охор. № 887), який дозволяє її використання для культурних або громадських цілей і передачу в оренду установам та організаціям [17].

Наступного року приймається рішення про реконструкцію будівлі з прибудовою додаткових об'ємів та переобладнанням у готель на 75 місць. Проектні та будівельні роботи проводились з урахуванням ролі та місця будівлі у структурі Державного історико-архітектурного заповідника «Стародавній Київ», комплексного благоустрою

Андріївського узвозу до 1500-річчя заснування Києва, перспективного плану забудови його окремих ділянок та ін. (рис. 1, в).

Інститут «НДІпроектреконструкція» впродовж 1980–1983 років був залучений до обстеження технічного стану будівлі, розроблення фор-проекту реконструкції [30].

За результатами обстеження було встановлено, що:

– комунальне заселення (22 квартири, 39 родин, 110 осіб) значно вплинуло на початкові архітектурно-планувальні та інженерні рішення, відповідні комунікаційні зв'язки колишньої прибуткової будівлі складної за формою конфігурації;

– будівля мала незадовільний технічний стан із втратою первісних техніко-експлуатаційних показників на рівні 41% (рис. 1, а, б);

– основні конструкції та системи мали фізичне зношування на рівні 30% (фундаменти), 40% (стіни, перегородки, перекриття, внутрішні санітарно-технічні та електротехнічні системи і обладнання), 45% (оздоблювальні роботи), 60% (покрівля).

Подальша експлуатація була можлива лише за умов проведення ремонтних робіт



а



б



в

Рис. 2. Житловий будинок, Андріївський узвіз, 15, м. Київ:

а – фрагмент чолового та бічного фасадів (після реконструкції). Фото Г. М. Агеєвої, 2010 рік;

б – фрагмент завершення у вигляді чотиригранної піраміди (після реконструкції).

Фото Г. М. Агеєвої, 2010 рік; в – стильове зображення у складі знака на товари і послуги [15]

із відновлення експлуатаційних якостей конструкцій та систем будівлі.

Фор-проект реконструкції передбачав збереження архітектурного обліку будівлі, зокрема покрівлі; системи зовнішнього водовідведення, проїздів до подвір'я та ін. [30].

До розроблення комплексної проектно-документації були залучені провідні організації країни. По завершенню будівельних, ремонтно-реставраційних робіт і реконструкції будівля отримала нове функціональне призначення [18, с. 169] та оновлений облік (рис. 2, а).

Фотофіксація фрагментів завершення чолового та бічного фасадів будівлі після реконструкції (рис. 2, а, б), результати її деталізації та аналізу складників свідчать про те, що саме ця частка висотної домінанти забудови Андріївського узвозу, її архітектурні деталі (чотиригранна піраміда, карниз із машикулями, покрівля шашкою, флюгер та ін.) покладені в основу зображального складника знаку на товари і послуги ДП «НДІпроектреконструкція» (рис. 2, в) [15].

Висновки

1. У конкурентному середовищі будівельної галузі ефективність діяльності підприємств значною мірою залежить від їх соціально-економічної взаємодії та відповідної комунікаційної політики. Велика увага приділяється й питанням формування та управління корпоративною ідентичністю не тільки у межах галузі, але й у соціальному середовищі.

2. До візуальних складників системи корпоративної ідентичності відносяться й такі елементи фірмового стилю, які використовують у якості знаків для товарів і послуг.

3. За результатами комплексного аналізу знаків на товари і послуги десяти провідних науково-дослідних та проектно-вишукувальних інститутів будівельної галузі встановлено, що:

- усі знаки відносяться до знаків комбінованого тип, у більшості є монохромними (8);
- їх лінгвістичні та зображальні складники збігаються за змістом, віддзеркалюють належність до будівельної галузі та

орієнтовані на інформування про спеціалізацію, наявний досвід та досягнення підприємств;

– поширеною є практика використання ініціальних (2) та складноскорочених аббревіатур (8) найменувань підприємств; позначення зв'язків із регіонами України (1), Києвом (4), національною спільнотою (1); факту набуття знаком правової охорони (1);

– врівні з умовними стилізованими та формалізованими зображеннями будівельних об'єктів, конструкцій, архітектурних елементів (7) відтворені певні реально-існуючі об'єкти (3). Більшість із них подана у спрощених графічних формах;

– високий рівень деталізації зображень двох знаків нагадує про об'єкти культурної спадщини, які потребують збереження та охорони. Це – комбінація зображень частки архітектурного ордеру (іонічного) та креслярського інструменту – циркулю («УкрНДІ-проектреставрація»); стилізоване зображення завершення будівлі – висотної домінанти забудови Андріївського узвозу в Києві, пам'ятки архітектури («НДІпроектреконструкція»);

– разом з тим, простежується тенденція дотримання прийомів і правил виконання та оформлення креслеників будівельних об'єктів, що також слід віднести до специфічних ознак фірмового стилю галузевих підприємств;

– використані техніки графічного дизайну забезпечують максимальну зручність й сприйнятті та розуміння поданої інформації.

4. Наслідки військового урбіциду 2022–2026 років та величезні обсяги складних робіт із відновлення та відбудови країни, до виконання яких залучаються підприємства будівельної галузі, можуть стати й точкою відліку для диверсифікації діяльності підприємств та випуску нових видів продукції.

5. Актуалізації систем корпоративної ідентичності в умовах воєнних та повоєнних викликів, зміна маркетингових стратегій та засобів візуальної ідентифікації своєї науково-технічної продукції можуть сприяти формуванню інших візуальних образів для використання у якості знаків для товарів і послуг.

Література:

1. ДСТУ 3899-99. Дизайн і ергономіка. Терміни та визначення. [Чинний від 1999-08-21]. Вид. офіц. Київ : Держстандарт України, 1999. 33 с.
2. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг : Закон України від 15.12.1993 № 3689-XII / Верховна Рада України. *Відомості Верховної Ради України*. 1994. №7. С. 36.
3. Охорона промислової власності в Україні: монографія / за ред.: О. Д. Святоцького, В. Л. Петрова. Київ : Ін Юре, 1999. 400 с.
4. ДП Український державний науково-дослідний інститут проектування міст «ДІПРОМІСТО» імені Ю. М. Білокося. *Dipromisto* : веб-сайт. URL: <http://www.dipromisto.gov.ua> (дата звернення: 14.02.2026)
5. Київський Промбудпроект. Крбпр : веб-сайт. URL: <https://krbpr.com.ua/> (дата звернення: 14.02.2026)
6. АТ «Київпроект». *Kyivproekt* : веб-сайт. URL: <https://kyivproekt.com/> (дата звернення: 14.02.2026)
7. ДП «Державний науково-дослідний інститут будівельних конструкцій». *Niisk* : веб-сайт. URL: <http://www.niisk.com> (дата звернення: 14.02.2026)
8. Інститут «НДІПРОЕКТРЕКОНСТРУКЦІЯ». *Rekonstr* : веб-сайт. URL: www.rekonstr.gov.ua (дата звернення: 14.02.2026)
9. Державне підприємство «УКРНДІПЦИВІЛЬБУД». *Civilbud* : веб-сайт. URL: <https://civilbud.com.ua/> (дата звернення: 14.02.2026)
10. УкрНДІпроектреставрація. *Ukrndiprorest* : веб-сайт. URL: <https://ukrndiprorest.org.ua/> (дата звернення: 14.02.2026)
11. Державне підприємство «Науково-дослідний інститут будівельного виробництва імені В. С. Балицького». *Ndibv* : веб-сайт. URL: <https://www.ndibv.org/> (дата звернення: 14.02.2026)
12. Проектний інститут «ГІПРОЦИВІЛЬПРОМБУД». *Projects* : веб-сайт. URL: <https://www.pyrojects.com.ua/> (дата звернення: 14.02.2026)
13. АТ «Український зональний науково-дослідний і проектний інститут по цивільному будівництву». *Zniier* : веб-сайт. URL: https://zniier.com.ua/istoriya_i_sogodennya/ (дата звернення: 14.02.2026)
14. Онищук Г. І., Дамаскін Б. С., Федорченко Л. М. Від минулого до сучасності – 60 років «НДІпроектрекнструкції». Київ: Пролог, 2005. 176 с.
15. Матеріали державної реєстрації знаку на товари і послуги інституту «НДІпроектрекнструкція», 2001–2013 рр. / укладачі: Г. І. Онищук, Г. М. Агеєва. Київ: НДІпроектрекнструкція, 2013. 40 с.
16. Реконструкція житла. Київ : Логос, 2010. Вип. 12. 228 с.
17. Про доповнення списку пам'яток містобудування і архітектури Української РСР, що перебувають під охороною держави : Постанова Ради Міністрів УРСР від 6 вересня 1979 р. № 442 / Рада Міністрів УРСР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/442-79-%D0%BF> (дата звернення: 14.02.2026).
18. Вільшанська О., Кадомська М., Скібіцька Т. Житловий будинок («Замок Річарда – Левове Серце») 1902–4, в якому проживали Голубев С. Т., Дядченко Г. К., Красицький Ф. С. та інші, містилася редакція журналу «Шершень» (архит., іст.). Звід пам'яток історії та культури України. Київ. Кн. 1. Ч.1. Київ : Головна редакція Зводу пам'яток історії та культури при видавництві «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 1999. С. 168–169.
19. Агеєва Г. М. Втрачене обличчя міста... Реконструкція житла. 2012. Вип. 14. Київ : Логос, 2012. С.129–138. DOI: [10.5281/zenodo.7853384](https://doi.org/10.5281/zenodo.7853384)
20. Агеєва Г. М. Проїзди до подвір'я як додаткова житлова площа (на прикладі київського будинку по провулку Чеховському, 4). *Містобудування та територіальне планування*. 2017. Вип. 63. С. 17–26. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.4742646>
21. Безсонова Л. М. Морфологія логотипа в системі ідентифікаційної знакової графіки. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. 2011. № 3. С. 4–7.
22. Гніденко М. С., Колесніков В. В. Дизайн логотипу як основи фірмового стилю. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія : Технічні науки*. 2015. № 1. С. 73–78.
23. Головей В. Семіотика візуального мистецтва: теоретико-методологічний аспект. *Fine Arts and Cultural Studies*. 2024. № 3. С. 213–220. DOI: <https://doi.org/10.32782/facs2024-3-29>
24. Діденко, Н. Тролейбус номер 15. Мій Київ. *Історична правда* : веб-сайт. URL: <https://www.istpravda.com.ua/columns/2020/12/23/158719/> (дата звернення: 14.02.2026).
25. Кияк-Редькович Л. Т. Полісеміотичність логотипів міст та брендів як тип візуально залежних текстів малої форми. *Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи*. 2009. № 3. С. 129–137.
26. Костенко І. О. Типографіка у стильових категоріях графічного дизайну. *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2025. Вип. 6. С. 120–126. DOI: <https://doi.org/10.32782/uad.2025.6.14>
27. Кривельов Л. І., Волкова С. Г. За крок до відродження, за крок до руйнування. *Реконструкція житла*. Вип. 13. Київ : Логос, 2013. С. 83–95. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/recj_2011_13_11
28. Малаков Д. Прибуткові будинки Києва. Київ : Кий, 2009. 384 с.

29. Сердюк О. М. Київське житло другої половини XIX – початку XX століття. Львів : Центр Європи, 2010. 608 с.
30. Технічне заключення на реконструкцію та переобладнання житлового 5-тіповерхового будинку на Андріївському узвозі №15 під готель ЦК ЛКСМУ. Київ: Укржитлоремпроект, 1982. 40 с.
31. Шаповал А. Г., Мазніченко О. В., Осадча А. М. Логотип Києва (каштан) та його місце в дизайні столичної продукції. *Теорія та практика дизайну*. 2023. Вип. 29–30. С. 216–223. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8151.2023.29-30.26>
32. Belch G.E., Belch M.A. Introduction to advertising and promotion. Boston, Massachusetts : Irwin, 1995. 762 p.
33. Building construction company logo. *Shutterstock* : website. URL: <https://www.shutterstock.com/ru/search/building-construction-company-logo> (Accessed : 14 February 2026).

References:

1. Derzhstandart Ukrayiny. (1999). Dyzayn i erhonomika. Terminy ta vyznachennya (DSTU 3899-99) [Design and Ergonomics. Terms and Definitions (DSTU 3899-99)]. [in Ukrainian].
2. Verkhovna Rada of Ukraine. Law of Ukraine. № 3689-XII (1993, December 15). Pro okhoronu prav na znaky dlya tovariv i posluh [On the Protection of Rights to Trademarks for Goods and Services]. *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny – Proceedings of the Verkhovna Rada of Ukraine*, 7. [in Ukrainian].
3. Svyatots'kyi, O. D., & V. L. Petrov (Eds.). (1999). Okhorona promyslovoyi vlasnosti v Ukrayini [Industrial property protection in Ukraine]. In Yure. [in Ukrainian].
4. DP Ukrayins'kyi derzhavnyy naukovo-doslidnyy instytut proektuvannya mist «DIPROMISTO» imeni YU.M. M. Bilokonya [State Enterprise Ukrainian State Research Institute of Urban Design «DIPROMISTO» named after Yu. M. Bilokon]. *Dipromisto*. <http://www.dipromisto.gov.ua> [in Ukrainian].
5. Kyivivs'kyi Prombudproekt [Kyiv Prombudproekt]. *Kpbbp*. <https://kpbbp.com.ua/> [in Ukrainian].
6. AT «Kyivproekt» [JSC «Kyivproekt»]. *Kyivproekt*. <https://kyivproekt.com/> [in Ukrainian].
7. State Enterprise «State Research Institute of Building Cjystruction». *Niisk*. <http://www.niisk.com> [in Ukrainian].
8. Instytut «NDIPROEKTREKONSTRUKTSIYA» [Institute «NIIPROEKTREKONSTRUCTURAL»]. *Rekonstr.* www.rekonstr.gov.ua [in Ukrainian].
9. Derzhavne pidpryyemstvo «UKRNDPITSYVIL'BUD» [State Enterprise «UKRNDPITSYVILBUD»]. *Civilbud*. <https://civilbud.com.ua/> [in Ukrainian].
10. UkrNDIproektrestavratsiya [UkrNIIprojectrestoration]. *Ukrndiprorest*. <https://ukrndiprorest.org.ua/> [in Ukrainian].
11. Derzhavne pidpryyemstvo «Naukovo-doslidnyy instytut budivel'noho vyrobnytstva imeni V. S. Balyts'koho» [State Enterprise «V. S. Balytskyi Research Institute of Construction Production»]. *Ndibv*. <https://www.ndibv.org/> [in Ukrainian].
12. Design Institute «HIPROTSYVILPROMBUD». *Projects*. <https://www.projects.com.ua/> [in Ukrainian].
13. AT «Ukrayins'kyi zonal'nyy naukovo-doslidnyy i proektyny instytut po tsyvil'nomu budivnytstvu» [JSC «Ukrainian Zonal Research and Design Institute for Civil Engineering»]. *Zniiep*. URL: https://zniiep.com.ua/istoriya_i_sogodennya/ [in Ukrainian].
14. Onyshchuk, H. I., Damaskin, B. S., & Fedorchenko, L. M. (2005). Vid mynuloho do suchasnosti – 60 rokiv «NDIproektrekonstruktsiyi» [From the past to the present – 60 years of «NIIproektrekonstruktsii»]. *Proloh*. [in Ukrainian].
15. Onyshchuk, H. I., & Ahyeyeva, H. M. (2013). Materialy derzhavnogo reyestratsiyonoho znaku na tovary ta posluhy instytutu «NDIproektrekonstruktsiya», 2001–2013 rr. [Materials of state registration of the mark for goods and services of the Institute «NIIproektrekonstruktsiya», 2001–2013]. *NDIproektrekonstruktsiya* [in Ukrainian].
16. Onyshchuk H. I. (Eds.). (2010). *Rekonstruktsiya zhytla* [Housing reconstruction], 12. Lohos. [in Ukrainian].
17. Council of Ministers of the Ukrainian SSR. Resolution, No. 442 (1979, September 6). Pro dopovnennya spysku pam'yatok mistobuduvannya i arkhitektury Ukrayins'koyi RSR, shcho perebuva'yut' pid okhoronoyu derzhavy [On supplementing the list of monuments of urban planning and architecture of the Ukrainian SSR under state protection]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/442-79-%D0%BF> [in Ukrainian].
18. Vil'shans'ka, O., Kadoms'ka, M., & Skibits'ka, T. (1999). Zhytlovyy budynok («Zamok Richarda – Levove Sertse») 1902–04, v yakomu prozhyvaly Holubyev S. T., Dyadchenko H. K., Krasyt's'kyi F. S. ta inshi, mistylasya redaktsiya zhurnalu «Shershen'» (arkhit., ist.) [Residential building («Richard's Castle – The Lionheart») 1902–04, where Golubev S. T., Dyadchenko G. K., Krasyt'sky F. S., and others lived, housed the editorial office of the magazine «Shershen» (architect, historian).]. In: *Zvid pam'yatok istoriyi ta kul'tury Ukrayiny*. Kyiv. (168–169). *Ukrayins'ka entsyklopediya im. M. P. Bazhana*. [in Ukrainian].

19. Ahyeyeva, H. M. (2012). Vtrachene oblychchya mista... [The lost face of the city...]. *Rekonstruktsiya zhytla*, 14, 129–138. DOI: 10.5281/zenodo.7853384 [in Ukrainian].
20. Ahyeyeva, H. M. (2017). Proyzidy do podvir'ya yak dodatkova zhytlova ploshcha (na prykladi kyyivs'koho budynku po provulku Chekhovs'komu, 4) [Driveways to the yard as additional living space (on the example of a Kyiv house at 4 Chekhovsky Lane)]. *Mistobuduvannya ta terytorial'ne planuvannya*, 63, (17–26). DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.4742646> [in Ukrainian].
21. Bezsonova, L. M. (2011). Morfolohiya lohotypa v systemi identyfikatsiynoyi znakovoyi hrafiiky [Logo morphology in the system of identification sign graphics]. *Visnyk Kharkivs'koyi derzhavnoyi akademiyi dyzaynu i mystetstv*, 3, 4–7. [in Ukrainian].
22. Hnidenko, M. S., & Kolesnikov, V. V. (2015). Dyzyayn lohotypu yak osnovy firmovoho stylyu [Logo design as a basis for corporate identity]. *Visnyk Kyyivs'koho natsional'noho universytetu tekhnolohiy ta dyzaynu. Seriya : Tekhnichni nauky*, 1, 73–78. [in Ukrainian].
23. Holovey, V. (2024). Semiotyka vizual'noho mystetstva: teoretyko-metodolohichnyy aspekt [Semiotics of visual art: theoretical and methodological aspect]. *Fine Arts and Cultural Studies*, 3, 213–220. DOI: <https://doi.org/10.32782/facs2024-3-29>
24. Didenko, N. (2020, December 23). Trolleybus nomer 15. Miy Kyyiv. [Trolleybus number 15. My Kyiv]. Istorychna pravda. <https://www.istpravda.com.ua/columns/2020/12/23/158719/> [in Ukrainian].
25. Kyyak-Red'kovych, L. T. (2009). Polisemiotychnist' lohotypiv mist ta brendiv yak typ vizual'no zaleznykh tekstiv maloyi formy [Polysemiotics of city and brand logos as a type of visually dependent small-form texts]. *Linhvistyka XXI stolittya: novi doslidzhennya i perspektyvy*, 3, 129–137.
26. Kostenko I. (2025). Typography in stylistic categories of graphic design. *Ukrainian Art Discourse*, 6, 120–126. DOI: <https://doi.org/10.32782/uad.2025.6.14> [in Ukrainian].
27. Krivyyel'ov, L. I., & Volkova, S. H. Za krok do vidrozhennya, za krok do ruynuvannya [One step to revival, one step to destruction]. *Rekonstruktsiya zhytla*, 13, 83–95. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/recj_2011_13_11 [in Ukrainian].
28. Malakov, D. (2009). Prybutkovi budynky Kyyeva [Commercial buildings in Kiev]. *Kyy*. [in Ukrainian].
29. Serdyuk, O. M. (2010). Kyyivs'ke zhytlo druhoi polovyny XIX – pochatku XX stolittya [Kyiv housing of the second half of the 19th – early 20th century]. *Tsentr Yevropy*. [in Ukrainian].
30. Tekhnichne pidklyuchennya na rekonstruktsiyu ta pereobladnannya zhytlovoho 5-tipoverkhovoho budynku na Andriyivs'komu uzvozi № 15 pid hotel' TSK LKSMU [Technical report on the reconstruction and re-equipment of a 5-story residential building on Andriyivskyi Uzviz No. 15 as a hotel for the Central Committee of the LKSMU]. (1982). *Ukrzhytloremproekt*. [in Ukrainian].
31. Shapoval A., Maznichenko O., Osadcha A. (2023). Lohotyp Kyyeva (kashtan) ta yoho mistse v dyzayni stolychnoyi produktsiyi [Kyiv's logo (chestnut) and its place in the design of the capital's products]. *Theory and practice of design. Culture and Art*, 3–4(29–30), 216–223, doi: <https://doi.org/10.32782/2415-8151.2023.29-30.26> [in Ukrainian].
32. Belch, G. E., & Belch, M. A. (1995). Introduction to advertising and promotion. Irwin.
33. Building construction company logo. Shutterstock : <https://www.shutterstock.com/ru/search/building-construction-company-logo>

Дата першого надходження статті до видання: 21.02.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 18.03.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 30.04.2026



Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)