



Плевенски исторически четения

Pleven Historical Readings

Регионален исторически музей – Плевен
Regional Historical Museum – Pleven

Издание Publication	Конфликти и разбирателства в историята Conflicts and understandings in history
Том / година Volume / year	IV / 2025
Издател / държава Publisher / country	Регионален исторически музей – Плевен, България Regional Historical Museum – Pleven, Bulgaria
Автор(и) Author(s)	Гл. ас. д-р Ирина Григорова Chief Assist. Prof. Irina Grigorova, PhD
Институция Affiliation	Институт за исторически изследвания – Българска академия на науките Institute for Historical Studies – Bulgarian Academy of Sciences
Заглавие Title	ОТ РОЗАТА ДО „ВРАНА“ И СВЕТА – ИСТОРИЯТА НА ФАБРИКА „АНТОН ПАПАЗОВ“ FROM THE ROSE TO „VRANA“ AND THE WORLD – THE HISTORY OF THE FACTORY „ANTON PAPAZOV“
Страници Pages	387–394
Постоянен адрес Permanent URL	https://plevenhistoricalreadings.eu/articles/phr-4-387/

ОТ РОЗАТА ДО „ВРАНА“ И СВЕТА – ИСТОРИЯТА НА ФАБРИКА „АНТОН ПАПАЗОВ“

Гл. ас. д-р Ирина Григорова

Институт за исторически изследвания – Българска академия на
науките

Резюме: Благодарение и на покровителството на властта, но преди всичко на собствената инициатива и предприемачество фабрика „Атон Папазов“ се позиционира като лидер в бранша. Изследването проследява стъпките за постигането на този успех – мениджърски подход и лична мотивация, инвестиции, производствени и продуктови иновации, търговски контакти и пазарно разширение. Представените факти свидетелстват за изключителна вещина в предприемачеството и пласментната ориентация, които правят фабриката национално и международно призната и търсен производител.

Ключови думи: Трето българско царство; предприемачество; парфюмерия; козметика.

Всяко изследване, проследяващо стопанското развитие в българските земи преди Освобождението, отбелязва отглеждането на розови насаждения и добива на розово масло. Но следващата надграждаща стъпка – създаването на крайни продукти от тази суровина – остава до голяма степен незасегната и съвсем спорадично споменавана. Вероятно причината за това се корени в слабия дял на химическата промишленост, към която се числят наричаните след Освобождението „сапунени фабрики“, а именно 1,9% от общото производство към 1939 г.¹ Целта на настоящето изследване е да проследи, доколкото позволяват документалните източници, как в този сектор се утвърждава и добива национална и задгранична репутация фабриката „Антон Папазов“, предшественик на социалистическото предприятие „Ален мак“.

¹ Тодоров, Николай. (ред.). Стопанска история 681 – 1981. С. Наука и изкуство. 1981, с. 460.

През 1892 г. Антон Христов Папазов започва производство на парфюмерия и козметика в Пловдив. Две запазени свидетелства за съдимост указват противоречива информация кога е роден – веднъж е вписан през 1867 г., а по-късно, през 1925 г. е посочен на 65-годишна възраст, т.е. следва да е роден през 1860 г.² Син на Христо и Малина Папазови, той е представител на видната възрожденска казанлъшка фамилия Папазоглу, произвеждаща и търгуваща розово масло³. Тъй като първият български Търговски закон след Освобождението е изработен и влиза в сила едва през 1897 г., той регистрира еднолична фирма „Антон Папазов (фабрикант на парфюми и тоалетни сапуни)“ през 1898 г. (решение на Пловдивски окръжен съд от 16 май 1898 г.).⁴ За високото качество на продуктите на фабриката говорят множеството присъдени ѝ награди: 1892 година – Златен медал от първото българско изложение в Пловдив, 1894 г. на Световното изложение в Антверпен, 1900 г. – Париж, 1904 г. – Сейнт Луис (Мисури, САЩ), 1905 г. – Лиеж, няколко медала от Пловдивския мострен панаир и др.⁵

Макар неговото производство да не фигурира в първия Закон за насърчение на местната индустрия (1894 и допълнен през 1897 г.), по изключение през 1902 г. му е съгласувано да ползва привилегиите и улесненията на протежираните промишлености⁶. Този закон постановява безмитен внос на машини, евтин транспорт с БДЖ, безплатни терени за производствено застрояване, данъчни привилегии и др. А съгласно условията за предоставяне на такъв статут, Папазов би следвало да е имал основен капитал от 25 000 лв. и не по-малко от 20 работника. Значителен ефект в стимулирането на насърчаваните фабрики е и задължението за изкупуване на техни изделия от държавната и общинската администрация⁷. До Балканските войни фирмата продължава да фигурира в списъка с протежирани производства⁸, което означава, че стопанската дейност на Антон Папазов е отговаряла на условието в продълженията на Закона за насърчение на местната индустрия – използване на двигателна сила от

² ДА-Пловдив, ф. 50К, оп. 3, а. е. 973, л. 7; оп. 4, а. е. 2124, л. 2.

³ **Маджарова, Калина.** Розотърговците от Казанлък по документи на „Държавен Архив“ – Стара Загора. В: Известия на РИМ – Габрово. Т. 8. 2023, с. 111 – 114.

⁴ ДА-Пловдив, ф. 50К, оп. 4, а. е. 19, л. 1 – 2.

⁵ ЦДА, ф. 117, оп. 30, а. е. 1099, л. 4.

⁶ **Първанова, Румяна.** Индустрията в България – насърчение и предприятия (1894 – 1928). ВТ. Фабер. 2021, с. 178.

⁷ **Георгиева, Соня.** Българското предприемачество в периода 1878 – 1944 г. В: История на българското предприемачество. С. Агенция за насърчаване на МСП. 2022, с. 98.

⁸ **Беров, Любен. & Димитров, Димитър.** (ред.). Развитие на индустрията в България 1834-1947-1989. С. Наука и изкуство. 1990, с. 99.

5 к. с. (1905 г.) и 10 к. с. (1909 г.).⁹ С други думи, във фабриката се провежда периодично технологично обновление според тогавашните постижения в промишлената модернизация.

Дъщерята на Антон и негова единствена наследница – Малина¹⁰ – учи пиано в Швейцария¹¹ и изглежда не проявява афинитет към семейния бизнес, тъй като Папазов вижда приемственост у своя зет Стефан Душев (р. 1886 г. в Чирпан), „търговец на парфюми и сапуни“, комуто прехвърля управлението през 1913 г.¹² Самият Папазов се премества в столицата, видно от по-късните документи, фигуриращ като „живущ в г. София“, където е открит фирмен магазин. Според Мария Кантарджиева-Стоянова до Балканските войни се изработват сапун „Виолет“, парфюм „Кокиче“, глицеринен крем „Расковниче“, специална и камфорова помада, крем за лице „Зора“, фиксатор за мустаци „Козметик“¹³. Както може да се отгатне от имената им, Антон Папазов не се ограничава до изделията от маслодайна роза. През 1905 г. той внася от Южна Франция мента и тя показва много добър и качествен добив в Карловско, а амбициите му се разширяват върху лавандулата и други ароматни растения от там¹⁴.

В навечерието на Първата световна война множество фабрики се оказват без осигурени дългосрочни запаси и по време на конфликта фалират. На част от производствата е предоставена държавна подкрепа, като те са милитаризирани – работят за обслужването на българската войска. От 1916 г. им се отпускат въглища, суровини, резервни части и др. Милитаризирани са 6 „сапунени фабрики“¹⁵, като, предвид дотогавашното централно съдействие и съдейки по по-нататъшните данни, сред тях трябва да е тази на Антон Папазов.

Следвоенната икономическа стагнация предизвиква гласуването на редица протекционистки мерки, които също имат благотворно влияние върху бранша. През 1918 г. са увеличени митата на т. нар. „луксозни стоки“, а по-късно в действие е закон

⁹ Георгиева, С. Цит. съч., с. 102 – 103.

¹⁰ Според Енциклопедия „Дарителство“ има и син Христо, но той умира млад. <http://daritelite.bg/andon-hr-papazov-3/>

¹¹ Куцарова, Фани. Български пианисти в края на XIX – началото на XX век. <https://ugosiporiano.com/Български-пианисти-в-края-на-XIX-началото-на-XX-век/>.

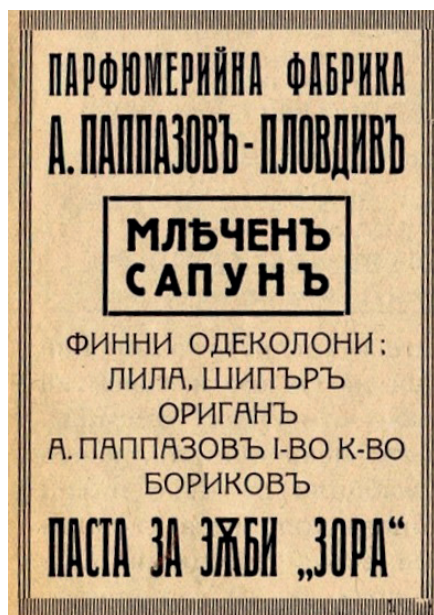
¹² ДА-Пловдив, ф. 50К, оп. 4, а. е. 19, л. 9.

¹³ Кантарджиева-Стоянова, Мария. Ален мак – парфюмерия & козметика: Поглед назад. Пловдив. Ален мак. 2001, с. 18.

¹⁴ Петков, Радослав. Стопанската конюнктура и етерично-маслената индустрия на България във времето на Втората световна война (1939 – 1945). В: Известия на ЦСНИ, 2023, Т. 8, с. 171.

¹⁵ Беров, Л. & Димитров, Д. (ред.). Цит. съч., с. 55 – 56; Тодоров, Н. (ред.). Стопанска история 681 – 1981, с. 290.

(1924 – 1926 г.), който забранява вноса на продукти, които не са от първа необходимост, сред тях парфюмите и тоалетните изделия¹⁶. Конкуренцията нараства с появата на нови производители, но най-сериозна за Папазов е тя от страна на фамилията Арие, и ситуацията налага създаването на нови формули, изразили се в паста за зъби „Зора“, колд-крем „Скин фууд“, почистващ крем „Клийнзингкрийм“¹⁷.



За това, че милитаризацията и следвоенните разпореждания имат осезаема роля в развитието на фирмата, говорят съдебни документи от средата на 20-те г. След обнародването на Закона за дружествата с ограничена отговорност¹⁸ партньорството между Папазов и Душев е урегулирано в съдружие през 1925 г. Без да закрива едноличната фирма, Антон прехвърля в новото ООД своя инвентар, машини, стоки, материали, креанси и т. н., като то му плаща наем за предоставените сгради. Капиталът му е 2 400 000 лв., като Папазов е собственик на 80 дяла по 20 хил. лв., а Душев – на 40 дяла

по 20 хил. лв.¹⁹ А текстът на бланката за официална кореспонденция гордо обявява:

Придворенъ Царски Доставчикъ
А. ПАПАЗОВЪ О. О. Д-ВО
Парфюмерийна фабрика – Пловдивъ²⁰

През 20-те г. занаятчиите и земеделците изразяват все по-сериозно възмущение срещу привилегированото третиране на индустриалците и от 1928 г. Законът за насърчаване на местната индустрия е с редуцирани разпореждания (преди да бъде

¹⁶ Беров, Л. & Димитров, Д. (ред.). Цит. съч., с. 133.

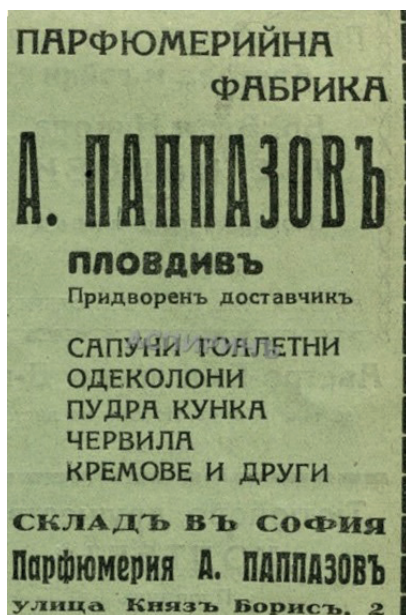
¹⁷ Кантарджиева-Стоянова, М. Цит. съч., с. 27.

¹⁸ Държавен вестник, бр. 78 от 28.IX.1924 г.

¹⁹ ДА-Пловдив, ф. 50К, оп. 3, а. е. 973, л. 1 – 3; оп. 4, а. е. 19, л. 15 – 18. През същата година Антон Папазов регистрира своя еднолична фирма за производство и търговия на розово масло в гр. Карлово, с което затваря цикъла. ДА-Пловдив, ф. 50К, оп. 4, а. е. 2124, л. 1, 5.

²⁰ ЦДА, ф. 145, оп. 5, а. е. 32, л. 108.

напълно отменен през 1936 г.). Това води до създаването на картели (за продажби на по-високи цени), вкл. на „сапунените фабрики“ през 1929 г. Той включва 15 производители, но се разпада през 1931 г., след като половината фалират вследствие на Голямата депресия. През 1933 или 1934 г. картелът е възстановен и съществува до 1937 г.²¹ Най-вероятно тази организация обхваща новите следвоенни производители, за които стана дума по-горе. Те все още не са се утвърдили като име, не е изключено и да изплащат кредити за начален капитал, когато ги застига стагнацията. На този фон контрастират забележителните финансови активи на пловдивската фабрика.



По всичко изглежда, че „Антон Папазов“ ООД не е сред потърпевшите от Световната икономическа криза. През 1930 г. капиталът на дружеството е увеличен на 3 300 000 лв. (съответно по 2,2 и 1,1 млн. лв. на Папазов и Душев). За това, че производството и сделките нарастват внушително, а следователно – и пътуванията на Стефан Душев, говори фактът, че през 1934 г. той назначава счетоводителя Илия Милев за прокурист и го упълномощава да подписва документи и да представлява фирмата²².

От 1937 г. започва модернизация и разширение на производството, включително с въвеждане на нови асортименти. Навярно те са свързани с привличането на нов специалист – завършилият химия в Германия инж. Борис Дренски. Разработена е серията „Корал“ – паста за зъби, пудра, червило, руж, дневен, нощен и спортен крем. Освен нея са лансирани също крем пудра „Креола“, детска пудра „Бебе“, шампоан „Лавендел“, крем „Магнит“, паста за зъби „Йодола“, тоалетен вазелин и др.²³

След смъртта на Антон Папазов през 1938 г. (в Ница, Франция) мястото му в съдружието е поето от дъщеря му Малина²⁴. Промя-

²¹ Беров, Л. & Димитров, Д. (ред.). Цит. съч., с. 120, 137; Тодоров, Н. (ред.). Стопанска история 681 – 1981, с. 361.

²² ДА-Пловдив, ф. 50К, оп. 3, а. е. 973, л. 15, 23.

²³ Кантарджиева-Стоянова, М. Цит. съч., с. 28.

²⁴ ЦДА, ф. 145, оп. 5, а. е. 32, л. 12; ДА-Пловдив, ф. 50К, оп. 3, а. е. 973, л. 50.

ната преминава без сътресения, напротив, досиетата на банка „Български кредит“²⁵, чийто „дългогодишен“ клиент е фабриката и която ѝ отпуска оборотни средства предвид разпратените на консигнация продукти, свидетелстват за разширяване на дейността. Към съществуващите немски, френски и швейцарски клиенти, като Живодан (Givaudan) и Концентра (DüllbergKonzentra), които изкупуват стоки на стойност между 115 хил. фр. фр. до над 1,5 млн. фр. фр. годишно, от 1939 г. е привлечен нов клиент, също с покупки от над 1,5 млн. фр. фр. годишно (600 000 лв.²⁶) – Виктор Аслое, Париж (Victor Hasslauer Établissements S.A.).²⁷

Втората световна война се отразява много лошо на фабриката и дейността ѝ замира. Въведени са наряди (отпускано от държавата нормирано количество) за суровини, горива, полуфабрикати, резервни части и др.²⁸ А тъй като икономиката на България е мобилизирана в производство на стоки, нужни на Германия, като химикали²⁹, парфюмерията и козметиката не са сред приоритетните за централна подкрепа.

След 9 септември продуктивността на фабриката е зависима от отпусканите от Българската земеделска и кооперативна банка количества розово масло (300 гр месечно)³⁰ и другите нормирани и оценявани от държавата суровини. Междувременно внукът на основателя – Антон Душев – е готвен да поеме фамилната фабрика, като завършва специалност „инженер – химик“. През пролетта на 1945 г. той е включен за съдружник, след като Малина и Стефан му прехвърлят по 500 000 лв. от своите дялове³¹. Изглежда, че инженер – химик Борис Дренски се оказва с намалени ангажменти или е освободен, тъй като през август 1945 г. заедно с фармацевтите д-р Янко Главчев и Васил Сърбов основават Химико-фармацевтическа лаборатория „Химфа“ ООД, Пловдив³².

Документ от 1951 г. разкрива, че и след национализацията и окрупняването на производствата името на основателя остава още известно време: Държавно индустриално предприятие (ДИП) „А. Паппазов“ – Пловдив³³. Малко по-късно през съща-

²⁵ По-подробно за развитието и кредитната политика на банката вж. **Вачков, Даниел**. Финансиране на българската индустрия в посткризисния период 1934 – 1939 г. По примера на Банка „Български кредит“. В: Известия на РИМ – Габрово. 2013. Т. 1. ВТ. Фабер. 2015, с. 158 – 171.

²⁶ Изчислено при курс 5.49 фр. фр. за 2.20 лв. по **Вачков, Даниел**. & **Иванов, Мартин**. Българският външен дълг между двете световни войни (1919 – 1944 г.). С. БНБ. 2008, с. 185.

²⁷ ЦДА, ф. 145, оп. 5, а. е. 32, л. 108.

²⁸ **Беров, Л. & Димитров, Д.** (ред.). Цит. съч., с. 161.

²⁹ **Тодоров, Н.** (ред.). Стопанска история 681 – 1981, с. 413.

³⁰ ЦДА, ф. 117, оп. 30, а. е. 1099, л. 3; ф. 119, оп. 1, а. е. 2245, л. 1 – 3.

³¹ ДА-Пловдив, ф. 50К, оп. 3, а. е. 973, л. 46, 47.

³² ДА-Пловдив, ф. 63, оп. 3, а. е. 40.

³³ ЦДА, ф. 163, оп. 40, а. е. 626, л. 1.

та година предприятието е преименувано на „Ален мак“³⁴. Но неприятностите за семейството не се изчерпват с национализацията. На 23 юни 1952 г. е проведено събрание на съдружниците на бившето ООД – Стефан Душев, Антон Душев и д-р Радка Хр. Данова (прокурист или съпруга на Антон, не е известно, това е единственото ѝ споменаване), които вземат решение за внасяне на молба за заличаването на фирмата от регистъра, за да могат съответно на своето дялово участие да получат обезщетение от държавата заради национализацията съгласно *„нарочния баланс, който още не е утвърден“*.³⁵ Не е известно кога и дали въобще държавата изплаща обезщетения, тъй като са запазени още две удостоверения на Пловдивския окръжен съд от 1954 и 1955 г. за това, че дружеството е ликвидирано, които Стефан Душев иска за представяне пред БНБ и за изчисляване на трудовия му стаж за пенсиониране³⁶.

Държавната политика за индустриализация и модернизация до голяма степен извайва облика на следосвобожденското стопанство на България. В монографията на Румяна Първанова обаче са описани и случаи на неосъществени проекти въпреки добрите и обещаващи идеи и намерения, т.е. много съществен елемент е субективният фактор – организационни умения, перспективни планове с непрекъснати усилия за обновление, разширяване и новаторство, финансова дисциплина с оглед акумулиране на капитали за нови и нови инвестиции, комуникативност и находчивост в изграждането на търговски партньорства. Владееенето на всички тези качества и компетентности се демонстрира в управлението на „А. Папазов“. А примерите с извършените сделки извън страната свидетелстват за това, че качеството на предлаганите нейни стоки отговаря на международните стандарти.

³⁴ ДА – Пловдив, ф. 357, оп. 1, а. е. 53.

³⁵ ДА-Пловдив, ф. 50К, оп. 3, а. е. 973, л. 40.

³⁶ ДА-Пловдив, ф. 50К, оп. 3, а. е. 973, л. 32, 41; оп. 4, а. е. 19, л. 21 – 23.

FROM THE ROSE TO „VRANA“ AND THE WORLD – THE HISTORY OF THE FACTORY „ANTON PAPAZOV“

Chief Assist. Prof. Irina Grigorova, PhD

Institute for Historical Studies – Bulgarian Academy of Sciences

Abstract: Thanks also to the state protectionism, but above all due to its own initiative and entrepreneurship, the Anton Papazov factory has positioned itself as a leader in the branch. The study traces the steps to achieve this success – managerial approach and personal motivation, investments, production and product innovations, commercial contacts and market expansion. The present edfactstestify to an exceptional proficiency in entrepreneurship and sales orientation that made the factory a nationally and internationally recognized and sought after manufacturer.

Keywords: Third Bulgarian Kingdom; entrepreneurship; perfumery; cosmetics.

Гл. ас. д-р Ирина Григорова
Институт за исторически изследвания–
Българска академия на науките
Бул. „Шипченски проход“ № 52, бл. 17
E-mail: grigorova_irina@abv.bg
<https://orcid.org/0000-0003-1326-3849>
ScopusAuthor ID: 26667690100
Researcher ID: O-7067-2014