

<https://doi.org/10.53656/his2023-3-5-plo>

*View Over the Balkan Peninsula
Поглед над Балканите*

НОВАТА ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНСКА СТРУКТУРА НА „МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР“ АД – ПЛОВДИВ, ЗА ПЕРИОДА 1997 – 2001 ГОДИНА

Йорданка Кривошиева

Регионален исторически музей – Пловдив

Abstract. The research aims to show the adaptation of “International Fair” JSC, Plovdiv to the changes in the national economy related to the integration of Bulgaria into the European Union. The new organizational and management structure of the company contributes to this. Based on newly received documents in the State Archives – Plovdiv, a period of its recent history is being studied for the first time. With the help of the descriptive and systematic method, the essence of the new organization and management, as well as the results achieved with it, have been revealed. The comparative method was applied in the comparison with foreign fair practices. The most important conclusion that emerges from the discussed topic is that the Plovdiv International Fair manages to adapt to the market specifics, to the rapidly changing economic situation in the country. It maintains its leading position in the country's trade relations.

Keywords: International fair; Plovdiv; macroeconomics; organization; management; competitiveness

Увод

Изследването е първото, което обхваща развитието на „Международен панаир“ АД– Пловдив, във времето от юни 1997 до декември 2001 г. Историята на панаирното дело е представена в записките на неговия основател д-р Обрейко Обрейков, публикувани от сина му д-р Личо Обрейков (Obreykov 2007, pp. 63 – 124). Ролята на Международния панаир – Пловдив, през периода на социализма в България за установяване или увеличаване на търговските отношения със страни извън рамките на Източния блок – ФРГ, Италия и др., е представена в обширното изследване на Мирена Митова (Mitova 2022). Въпросът за взаимовръзката между развитието на туристическото движение в България през XX век и Пловдивския международен панаир е разгледан в изследването на Видин Сукарев (Sukarev 2022). Напоследък темата за състоянието и бъдещето на Панаира отново е актуална. Няма съмнение, че по своята същност и смисъл той е институция от национално, а не от местно значение.

България притежава един от най-големите и модерни комплекси за търговски изложения не само на Балканите. Запазването и функционирането на панаирната инфраструктура, предназначена за български и чуждестранни фирми изложители, за съпътстващи изложенията прояви, информационен обмен и договаряния, е от общонационално значение.

Настоящото изследване има задача да запознае читателите с един важен етап от най-новата история на Международния пловдивски панаир, да покаже, че промените в неговата организация и управление са следствие от промените в националната икономика. Проучването е основано на новопостъпили документи в Държавния архив – Пловдив, които се въвеждат за първи път в научно обращение. Техният обем и съдържание дават възможност за нови научни разработки.

Изложение

През разглеждания период панаирното дело е повлияно от промените в националната икономика. Деведесетте години са време на тежка финансова криза в държавата, свързана с хронично висока инфлация, фалити на банки и т.н. Основна вътрешнополитическа задача на правителството на Иван Костов (21 май 1997 – 24 юли 2001) е извеждане на страната от кризата и постигане на финансова стабилизация. На 1 юли 1997 г. е въведен валутен борд, от което следват реформи във финансовата система и твърда политика на финансови ограничения. Последиците от българския валутен борд имат положителен ефект, тъй като постепенно инфлацията е спряна и се прекратява обезценяването на паричните спестявания (Kostov 2019, pp. 291 – 292). Редовните доклади на Комисията на Европейските общности от 2000 и 2001 г. отчитат напредъка на България в процеса на присъединяване към Евросъюза¹. Установява се функционираща пазарна икономика, но тя все още не е в състояние да се справи с конкурентния натиск и пазарните сили в Съюза в средносрочен план. Постигнат е растеж на българската икономика от 5,8 % за 2000 година, или най-големият след икономическата криза през 1996 – 1997 г. Посочено е обаче ниско равнище на частните инвестиции при тенденция за бавно нарастване. Финансовите резултати на предприятията, които са още държавна собственост, се подобряват. Приватизационните процедури невинаги са открити и прозрачни, но раздържавяването на монополни държавни и общински структури отбелязва растеж от 13 % над предвиденото за 1999 г. В края на 2000 г. 77,8 % от всички определени за приватизация активи са действително приватизирани². Като крайна необходимост и единствен изход от икономическата катастрофа, приватизацията е одобрена от 38-ото обикновено народно събрание. Чрез нея се възстановява платежоспособността на страната, прекратява се ограбването на държавните предприятия, изпълнява се условието на Европейския съюз за приватизиране на 60 % от активите.

Така в края на 1999 г. е постигната макроикономическа стабилизация, създадена е икономика, способна да издържи на интеграционния натиск на Съюза (Kostov 2019, pp. 420, 433). Промените в националната икономика налагат на Международния панаир – Пловдив, политика, ориентирана към по-голяма ефективност, устойчивост и конкурентоспособност.

„Международен панаир“ АД – Пловдив, е акционерно дружество с едностепенна структура на управление, при която Дружеството се управлява и представлява от Съвет на директорите. Принципалът, или основният собственик е Министерството на търговията и туризма, а от декември 1999 г. – Министерството на икономиката. В Съвета на директорите през 1997 – 1998 г. влизат: Красимир Обретенков – председател, който едновременно е председател на Общинския съвет в Пловдив, Христо Михайловски – зам.-председател на Съвета и заместник-министър в Министерството на търговията и туризма в София, Александър Дяков – изпълнителен директор на Дружеството, и членове: Томас Маджаров и д-р Личо Обрейков, по-късно зам.-председател. От 15 декември 1999 г. председател на Съвета е Георги Табаков – заместник-министър в Министерството на търговията и туризма с ресор „Чуждестранни инвестиции“. Адаптирането на „Международен панаир“ АД в новата пазарна среда и запазването на водещата му роля в търговския сектор представлява главната стратегическа цел, която изисква изработването и утвърждаването на нова организационно-управленска структура. Тя трябва да способства за осъвременяването и модернизирането на инфраструктурата на Панаира, технологичното му обновяване, подобряване на информационното обслужване и рекламната дейност, повишаване на стимулите за изложителите и посетителите.

В края на 1996 г. България е изостанала многократно от централноевропейските държави (Kostov 2019, p. 410). През януари 1998 г. изпълнителният директор Александър Дяков докладва на заседанието на Съвета на директорите, че организационно-управленската структура от 1989 г. е остаряла, не съответства на структурите на съвременните европейски панаири, в т.ч. и на новоизградените панаирни структури в бившите социалистически страни³. Постигнато е съгласие за необходимостта от въвеждане на нова структура. Директорите на дирекции внасят проекти за промени. Акцентите в тях могат да се обобщят в точно адресиране на управленските решения, ясно дефиниране на отговорностите при изпълнението на решенията, гарантиране на обективен контрол върху реализацията на задачите, повишаване на управленската компетентност.

Част от идеите в проекта на дирекция „Маркетинг“ с директор Емил Капон стават основа на новата по-ефективна структура, наречена хоризонтална. При нея работата се извършва от самоуправляващи се екипи, съставени от специалисти, вместо старата вертикална структура на управление, при която

„служителите гледат само нагоре към шефовете, без да са обърнати навън към клиентите“. Възнаграждението следва да бъде не просто заради индивидуалните резултати, а и за резултатите постигнати от съответния екип. Така се прекъсва „тесногърдото мислене на армията от корпоративни специалисти, прекарващи кариерите си в пълзене нагоре по вертикалната йерархия до върха на дадена функция“⁴. Със самоуправляващите се екипи се поощряват инициативата и творческият елемент, които, доколкото ги има, определят и реалните постижения.

На заседание на Съвета от 17 август 1998 г. изпълнителният директор внася за утвърждаване организационно-управленската структура на Международния панаир – Пловдив. Тя се базира на натрупания опит в ръководството на Дружеството, финансово-икономическите анализи на досегашната дейност, на проучвания на дейността и структурите на водещи европейски панаири – в Хановер, Дюселдорф, Мюнхен, Познан, Будапеща, и най-вече на панаира в Бърно, Чехия. Заимстването не е механично. Съветът е наясно, че много трудно може да се пренесе наготово конкретна управленска структура поради спецификата на икономическото развитие и на панаирния бизнес в една страна⁵.

Принципите за формиране на новата организационно-управленска структура са: проектно-технологично групиране на основните дейности съобразно предлагането на краен продукт; максимално избягване кръстосването на управленски връзки, дейности и съподчиненост между дирекции, отдели и звена; създаване на перспективна възможност за извеждане на дейности в самостоятелни икономически единици – производствена, обществено хранене, туроператорска и др. Новата организация и управление създават възможности за реализиране на проектна организация на работа. Всеки отделен проект представлява конкретно мероприятие, специализирана изложба или панаир. Промяната залага на подобряване оперативността на управлението, инициативата и отговорността. Комуникациите между дирекциите престават да бъдат при водещо бюрократично начало и разпорежданията да се движат „от горе надолу“.

Един от недостатъците на предишната структура е в поддържането на голям персонал, част от който е с ниска степен на натовареност. Общата численост на персонала към 31 юли 1998 г. е 556 души⁶. В дирекция „Панаири и изложби“ – 36 души, в „Маркетинг“ – 20 души, финансово-стопански отдел – 122 души, и пр. Най-висок е броят на заетите в дирекция „Производствено-техническа“ – 293 души. По време на Есенния и Пролетния панаир се привличат със срочни договори около 150 човека. Други дирекции са с неразвити звена (отдели) за присъщата им икономическа и аналитична дейност, а същевременно с нехарактерни дейности, като проектиране на компютърни системи, организация и обработка на данни. Тази структура не отговаря на изискванията за гъвкавост, адаптивност и комплексност при организиране на

панаири и изложби, за подобряване качеството на предлаганите услуги съобразно изискванията на изложителите. За сравнение се посочва Мюнхенският панаир, в който работят 400 души и осигурява работа на още около 15 000 души в други фирми⁷. Виенският панаир е с щат 120 души, Белградският е с 200 души, Пекинският – 380 души. Преструктурирането на дейностите не се извършва с цел съкращаване на хора, а те да могат да достигнат стандартите на своите колеги⁸.

Съгласно утвърдената структура на пряко подчинение на изпълнителния директор са: отдел „Правно обслужване“, секретариат и отдел „Приемна на Министерство на търговията и туризма и на Международен панаир“. Също така и дирекциите: търговска, производствена, техническа, финансово-стопанска. Формирането на четири нови дирекции цели по-ефективен контрол и предотвратяване на евентуални злоупотреби с монополно положение на служителите и постигане на вътрешна конкуренция между отделните дирекции. Някои от предишните дирекции влизат като съставна част, отдели на новите дирекции.

Търговската дирекция обединява отделите: „Маркетинг“⁹, „Панаири и изложби – 1“, „Панаири и изложби – 2“, „Съпътстващи прояви и протокол“, „Каталог и рекламно-информационна дейност“, „Пресцентър и връзки с обществеността“, сектор „Представителство в София“.

Производствената дирекция е свързана с проектиране и изграждане на щандове и бунгала. Към нея се числят складовете и работилниците. Тя е с два отдела: „Проектиране“ и „Производствено-технологичен“ за организиране, координиране и контрол по изграждане на изложбените площи. Към нея се отнася и сектор „Спедиция“ с прилежащия митнически склад. В състава на дирекцията е цялото складово стопанство – ел. материали, подово покритие, алуминиев и дървен реквизит, мебели, стъкла и др.

Техническата дирекция обхваща дейностите по поддръжка на инфраструктурата и сградния фонд, информационно обслужване, автотранспорт и сервиз, охрана на труда, пропускателен режим, паркове и оранжерии, комунална дейност, бояджийство и др. Към нея е отдел „Инфраструктура“, „Енергиен“ – отопление вентилация, както самостоятелен сектор „Палати“ със съответните управители на палати, „Автотранспорт“, „Телекомуникационни технологии“ – АТЦ, радиоуредба, озвучителна техника и др.

Финансово-стопанската дирекция е с предмет на дейност себестойност и цени, бюджет, икономически анализ и контрол на панаирните мероприятия. Има за задача усъвършенстването на формите на работната заплата, квалификацията и развитието на кадрите, ресурсно осигуряване, административно обслужване⁹.

За оптимизиране структурата на Дружеството се извежда самостоятелна производствена дирекция с предмет – изграждане на щандове и бунгала, една от основните дейности на Дружеството. Аргументът е, че в другите звена на-

товареността на служителите е равномерна през годината, докато служителите от производствените звена са със сезонна натовареност – умерена при по-големите изложби и незадоволителна при малките, нулева между самите прояви. Позицията на Александър Дяков е, че „един уважаващ себе си предприемач никога не би поддържал постоянен персонал за кампанийни дейности“¹⁰. Съветът на директорите счита за нужно да бъдат извадени от предмета на дейност на Дружеството: рекламният, туроператорският отдел, общественото хранене. Да се сключат договори с фирми за изпълнението на тези дейности. Бизнес програмата за 2000 – 2001 г., приета на 21 февруари 2000 г., предвижда да продължи отделянето на дейности и звена в икономически самостоятелни дружества, които имат спомагателен и обслужващ характер на основната дейност или закриването им и възлагане на външни фирми. Например комуналната дейност за поддържане на чистотата и озеленяването, оранжерийно производство на цветя, поддръжка на зелени площи, както звена за поддръжка на инфраструктурата и сградния фонд, печатната база, транспортната дейност, почивната дейност в село Гела. Това спомага за редуциране числеността на персонала, в т.ч. и постоянния състав¹¹. Рекламата във вестниците според изпълнителния директор плаща данък на остарели стереотипи. Решението на проблема е във външен партньор или силен рекламен отдел. Общо е мнението в Съвета на директорите, че работещите в отдела 18 души са много¹². Разменят се идеи за подобрения в рекламирането, тъй като от него е повлиян успехът на всеки изложбен проект.

Виртуалните контакти и общуване не премахват необходимостта от живия контакт между търговци и потребители. Панаирът в Бърно вместо двата големи панаира организира над 44 изложения годишно, „Хунгекспо“ в Унгария е домакин на 40 прояви, Познан – на повече от 20, Солун – един от най-големите панаирни центрове на Балканите, е с над 20 изложения, Измир – 14, Загреб – 44, Скопие – девет изложения¹³. През май 1998 г. Александър Дяков представя идеята на договорна основа Панаирът да създаде представителство във всички 28 области, които предстои да бъдат изградени. Така той би се приближил до потенциалните си клиенти¹⁴. През 2001 – 2002 г. се изработва проектопрограма за нови изложби на територията на Панаира или в някои от областните градове – София, Варна, Русе, Добрич, Стара Загора и др. Търговската дирекция предлага да се организират изложби на тема: абитуриентски и булчински облекла и аксесоари; злато, сребро, бижутерия, часовници; книжарски и канцеларски стоки; стоки, машини и технологии за обработка на камък, дърво, стъкло, глина; иновации и световни открития, екология¹⁵. Целта е по-детайлна специализация на търговско-промишлените изложения. Четири от изложенията на Международния панаир – Пловдив, признати от UFI (Съюза на международните панаири), остават международни – Есенния и Пролетния панаир, „Агра“ и „Винария“.

Предимството на конкурентната среда е, че тя може да бъде силен мотивационен елемент. През периода 1997 – 2001 г. специализирани изложби се правят в София, Благоевград, Варна, Добрич¹⁶. Изложбата „България – лидер в земеделието“ на „Агробизнесфорум 2001“ в София се провежда по време на Пролетния панаир в Пловдив. Присъстват 17 министри и зам.-министри от цял свят¹⁷. В духа на стопанския либерализъм е становището на изпълнителния директор Александър Дяков: „Щом пазарът допуска тяхното съществуване, значи за това има определени потребности. Място има за всички. Разумната и коректна конкурентна среда е в подкрепа на здравословните икономически процеси“¹⁸. Вестник „Марица“, от своя страна, разбира всяка конкуренция като отрицание на Пловдивския панаир¹⁹.

Конкурентна фирма е „Париз 4+“. Организира български фирми за участие в панаирите в Солун и Измир. През 2000 г. член на Съвета на директорите на Панаира става Евтим Панов – един от управителите на „Париз 4+“. Фирмата „Париз 4+“ организира български фирми за участие в панаирите в Солун и Измир на 150 кв.м, „Експо груп“ на 50 – 60 кв.м, а Пловдивският панаир – на площ едва от 24 кв.м при много по-голям потенциал на Панаира от този на двете фирми²⁰.

Фирма „Фернет“ е регистрирана през 1997 г. със седалище Пловдив, управлявана от Емил Капон, бивш директор на дирекция „Маркетинг“ на Международния панаир. Предмет на дейност на фирмата е търговия – вътрешна и външна, организиране и провеждане на изложби, изложения и панаири в страната и чужбина.

Най-значимият конкурент е „Булгарреклама“ – София, приватизирана през 1994 г. Съвместно с английската фирма ITE е изграден нов панаирен терен на площ около 10 400 кв.м. Столицата е с всички предимства на милионен град и седалище на най-големите български и чужди фирми. Тя получава съвременен панаирен и конгресен център, чието присъствие се чувства осезаемо на пазара. Очаква се това да доведе до преразпределение и разместване на пазарни позиции²¹. Макар че „Международен панаир“ ЕАД – Пловдив, е най-големият в страната, най-силният финансово и най-известният в света, част от конкуренцията успява да популяризира в по-добра степен своето име и дейност²². Това положение се дължи не на един фактор. Със сигурност може да се посочи недостатъчно ефективната политика, а следователно и недостатъчната приложимост на новата структура на Дружеството. Оттам следва и отнемане от конкурентите на вече завоювани изложбени позиции, например участието на Панаира с изложба в Египет.

Много са обаче положителните резултати от въвеждането на новата организационно-управленска структура през 1997 – 2001 г. Подобрява се инфраструктурата, модернизират се панаирните палати. По отношение на изложбе-

ната площ Пловдивският панаир е един от най-големите панаири. Разположен е на терен от 400 000 кв.м, от които 74 000 кв.м са изложбени палати²³. Изложбеният център на Дюселдорфския панаир, пети по големина в света, е с около 175 000 кв.м нетна площ. Най-големият в света – панаирът в Хановер, има 25 палати на площ от 475 600 кв. м и открити площи – 227 700 кв.м²⁴. През 1999 застрахованото имущество на Панаира е на стойност 17 358 229 305 лв.²⁵. През 2001 г. Панаирът в Пловдив притежава 24 изложбени палати. Поддържането и модернизацията им са изключително скъпи. За 1998 г. Дружеството отчита печалба преди данъчното облагане от 5 044 051 000 лв., или ръст от 114, 95 % в сравнение с 1997 г. За ремонт на сградния фонд и обновяване на изложбения реквизит са усвоени от м. юни до края на 1997 г. общо 278 000 000 лв., през 1998 г. усвоените средства са 920 000 000 лв. Инвестиционната програма за 1999 г. е за около 1 800 000 000 лв. и включва инфраструктурата, обслужването и изграждането на Международния панаир. Извършен е ремонт на палата 18 за около 150 000 000 лв. За него са закупени алуминиев профил и стени ПДЧ за над 118 000 000 лв. За палата 3 предстои ремонт – хидроизолация, подова настилка и отопление на стойност 450 000 000 лв. Подобрения се правят на фасадите на палатите, интериора, осигуряване на термостабилност, подмяна на осветление, ремонти на покриви, под, почистване на кула, пилони, централен вход²⁶.

Собствеността на Дружеството е изцяло във властта и правото на принцепала, т.е. Министерството на икономиката. През разглеждания период се забелязват наченки или първи опити за приватизация на панаирно имущество. Съгласно Постановление N 180 на Министерския съвет от 1 септември 1994 г. Международният панаир – Пловдив, е в списъка на предприятия и обособени техни части, които не могат да бъдат приватизирани. През декември 1999 г. Съветът на директорите обсъжда публикуваната в „Държавен вестник“ от 20 декември 1999 г. заповед на министъра на промишлеността за приватизацията на „Париз“ ЕООД – София. В капитала на това дружество е включена палата N 4 в панаирния град. Този факт според изпълнителния директор Александър Дяков е „много тревожен“²⁷. На 1 януари 1998 г. пред вестник „Дневник“ той заявява, че е против раздържавяването на обособени части от Панаира, тъй като единната собственост и инфраструктура са основно изискване за международни панаири²⁸. Министър Жотев уважава молбата на Дружеството и приватизацията на 4-та палата е спряна. Така е решен и въпросът с представителството на Пловдивския панаир в София. Цялото имущество на „Париз“ ЕООД (палата 4, два апартамента и партерно помещение – магазин, на улица „Лавеле“ в София) е прехвърлено в капитала на панаирното дружество.

Съветът на директорите отстоява докрай, че приватизацията на Международния панаир е невъзможна, тъй като защитава търговските интереси на

България. Една възможност е той да стане дъщерно дружество на мощен световен панаир²⁹. Практиката на съподчиненост на панаирите е позната от „Бърненски панаири и изложби“. От юли 1998 г. собственик на 63% от капитала на Дружеството става Дюселдорфският панаир и на 37% – Общината. Според изпълнителния директор Александър Дяков „Партньорите ни от Дюселдорф и Хановър са на мнение, че подобно съдружие в бъдеще е неизбежно, но за съжаление, не сега. Техните инвестиционни намерения са насочени към други пазари и безвъзмездно строят изложбени палати в Русия, Китай и Турция“³⁰.

Откритите площи на Панаира и тяхното поддържане е причина той да бъде наречен новата ботаническа градина на Пловдив. Екип от 13 озеленители се грижи за 60 дка зелени площи. Растенията наподобяват килим, декориран от студоустойчиви палми, черни лалета, редки дървесни видове и храсти. За три години (1998, 1999, 2000 г.) са засадени над 1200 броя екзотични декоративни дървета и храсти от над 30 вида. Сред тях вечнозелени магнолии, метасеквои, зелена двуглазка ела, туи, виргински хвойни и китайска дюля. Устройството, оформлението и поддържането на откритите площи по европейски образец е част от концепцията на Панаира за международен център³¹.

Въпреки силната икономическа рецесия, голямата загуба на работни места, обедняването на българските домакинства печалбите за „Международен панаир“ АД, Пловдив през периода юни 1997 – май 1999 г. осигуряват възможности за европейски доходи на работещите в него. Съгласно новата структура е редуцирана числеността на персонала³². Средната работна заплата нараства с 46 %. Така наречената „целева награда“ за първото тримесечие на 1998 г. синдикалните съвети предлагат да бъде 150% от заплатата по индивидуален трудов договор, а за ноември 2000 г. тя е в размер на 70% от основното трудово възнаграждение³³.

Процедурата по безвъзмездна финансова помощ (спонсорство) предвижда всяка постъпила молба да се разглежда от Съвета на директорите, който се произнася по нейното удовлетворяване. Разрешава се от принципала, т.е. със заповед от Министерството на търговията и туризма в София. Безвъзмездната финансова помощ е насочена към национални и регионални организации, сдружения, институти и физически лица. Предназначена е за медицински цели, оборудване, издръжка, образование, научни изследвания, култура, спорт, туризъм и т.н. Спонсориран е фонд „Трансплантация“ – Пловдив, 4 000 000 лв.; Научен институт за спешна медицина „Пирогов“ – 50 000 \$; Център за спешна медицинска помощ – Пловдив, 8500 дойче марки за апарат за биохимични изследвания от фирмата „Шнайдер“; Районна следствена служба – Пловдив; Планинската спасителна служба – Пловдив, 1 000 000 лв.; Дом за деца и юноши – с. Широка лъка, 500 000 лв.; разноски до Харвард на пловдивски студент – 500 \$; сдружение „Да запазим децата“ – София 500 000 лв.;

Дом за временно настаняване на малолетни и непълнолетни при РДВР – Пловдив; ВМРО – Пловдив, за възстановяване паметника на Васил Петлешков и Пейо Яворов – 500 000 лв.; за костномозъчна трансплантация в чужбина – 500 000 лв.³⁴.

„Международен панаир“ АД превежда на фондация „Югозападна България“, партия „Помощи за Македония 2001“, помощ в размер на 4 млн. лв. за подпомагане на бежанския лагер край Скопие в село Радуш³⁵. Там са изпратени български екипи, които се грижат за около 12 хил. бежанци косовари, избягали от въздушните нападения на НАТО над територията на бивша Югославия.

През 1999 г. Панаирът е основен съорганизатор на „Европейски месец на културата. Изпълнителният директор е упълномощен да сключи договор за реклама на Панаира и неговите прояви с пловдивската общинска администрация на стойност 10 000 \$. Министър Василев разрешава 20 000 \$ еднократна парична помощ на общинската фондация „Европейски месец на културата“³⁶.

Списъкът на получателите на безвъзмездна помощ показва стабилното финансово състояние на панаирното дружество и може да бъде продължен с още много примери - 1 500 000 лв. за обучение в Института за ядрени изследвания в град Дубна, Русия, 500 \$ за метални импланти за гръбначния стълб и пр.

Заклучение

Организационно-управленската структура на „Международен панаир“ АД – Пловдив се формира в период на преход от планова към пазарна икономика. Въпреки силната икономическа рецесия, голямата загуба на работни места, обедняването на българските домакинства печалбите за „Международен панаир“ АД – Пловдив, през периода юни 1997 – май 1999 г. са солидни и показват сериозна финансова стабилност. В резултат на това се заделят средства за подобряване на инфраструктурата, ремонтират се и се модернизират панаирните палати, благоустрояват се откритите площи, осигуряват се добро заплащане и парични награди на персонала. Осъществява се спонсорство за институти, организации и физически лица.

Новата структура способства за подобряване на комуникациите между четирите нови дирекции за постигане на по-ефективен контрол и вътрешна конкуренция между отделните дирекции. В условия на нарастваща външна конкуренция се създава по-висока мотивация за работа на изпълнителския и управленския персонал. Изключение са случаите, при които конкурентите успяват да популяризират в по-добра степен своето име и дейност.

През разглеждания период започват първите опити за частична приватизация на Дружеството но навременната намеса на управляващия екип успява да ги предотврати.

БЕЛЕЖКИ

1. *Редовен доклад за напредъка на България в процеса на присъединяване*. Web site. Брюксел, с. 24. Available from: http://old.europe.bg/upload/docs/1_Regular_Report_2000_BG.pdf. [Viewed 2023- 05- 01].
2. *Редовен доклад за напредъка на България в процеса на присъединяване*. Web site. Брюксел, 13. 11. 2001, с. 33, 35, 39. Available from: http://old.europe.bg/upload/docs/1_Regular_Report_2001_BG.pdf [Viewed 2022- 09- 11].
3. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР АД, ПЛОВДИВ. 1998-01-15. *Протокол на Съвета на директорите*. In: ф. 218, оп. 11, а. е. 2, л. 2- 3. Ат: Държавен архив-Пловдив [ДА – Пловдив].
4. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР АД, ПЛОВДИВ. *Предложение за структура на „Международен панаир”, Пловдив на дирекция „Маркетинг”*. In: ф. 218, оп. 11, а. е. 2, л. 22. Ат: Държавен архив – Пловдив [ДА – Пловдив].
5. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР АД, ПЛОВДИВ. In: ф. 218, оп. 11, а. е. 2, л. 98, 105. Ат: Държавен архив- Пловдив [ДА – Пловдив].
6. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР АД, ПЛОВДИВ. 1998-08-7. *Доклад на изпълнителния директор*. In: ф. 218, оп. 11, а. е. 3, л. 98 – 99. Ат: Държавен архив- Пловдив [ДА – Пловдив].
7. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР АД, ПЛОВДИВ. 1998-01-15. *Протокол на Съвета на директорите*. In: ф. 218, оп. 11, а. е. 2, л. 2-3. Ат: Държавен архив – Пловдив [ДА – Пловдив].
8. Демокрация, г. IX, 117, 7 май 1998, с. 6.
9. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР АД, ПЛОВДИВ. 1998-08-17. *Протокол на Съвета на директорите за утвърждаване на новата структура*. In: ф. 218, оп. 11, а. е. 3, л. 101 – 103. Ат: Държавен архив – Пловдив [ДА – Пловдив].
10. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР АД, ПЛОВДИВ. 1998-08-17. *Доклад на изпълнителния директор*. In: ф. 218, оп. 11, а. е. 3, л. 105. Ат: Държавен архив – Пловдив [ДА- – Пловдив].
11. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР АД, ПЛОВДИВ. 2000-02-21. *Бизнес програма*. In: ф. 218, оп. 11, а. е. 9. л. 61. Ат: Държавен архив – Пловдив [ДА – Пловдив].
12. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР АД, ПЛОВДИВ. 2000-06-??. *Протокол на Съвета*. In: ф. 218, оп. 11, а. е. 10, л. 68, 74. Ат: Държавен архив – Пловдив [ДА – Пловдив].
13. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР АД, ПЛОВДИВ. 2000-01-19. *Правила за работата на Съвета на директорите*. In: ф. 218, оп. 11, а. е. 9, л. 42. Ат: Държавен архив – Пловдив [ДА – Пловдив].
14. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР АД, ПЛОВДИВ. 1998-05-18. *Утвърждаване на нова структура*. In: ф. 218, оп. 11, а. е. 3, л. 72. Ат: Държавен архив – Пловдив [ДА – Пловдив].

15. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР АД, ПЛОВДИВ. 2000. *Докладна записка на Търговска дирекция*. In: ф. 218, оп. 11, а. е. 11, л. 89-91. Ат: Държавен архив – Пловдив [ДА – Пловдив].
16. Демокрация, г. IX, 117, 7 май 1998, с. 6.
17. Демокрация, г. XII, 107, 9 май 2001, с. 20.
18. Демокрация, г. XII, 102, 4 май 2001, с. 9.
19. Марица, г. X, бр. 117, 4 май 2001, с. 5.
20. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР АД, ПЛОВДИВ. 2000-01-??. *Протокол на Съвета на директорите*. In: ф. 218, оп. 11, а. е. 9, л. 36. Ат: Държавен архив – Пловдив [ДА – Пловдив].
21. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР АД, ПЛОВДИВ. 2000-02-21. *Бизнес програма*. In: ф. 218, оп. 11, а. е. 9, л. 42, Ат: Държавен архив – Пловдив [ДА – Пловдив].
22. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР АД, ПЛОВДИВ. 1999-12-10. *Анализ на организацията от МП*. In: ф. 218, оп. 11, а. е. 8, л. 120. Ат: Държавен архив – Пловдив [ДА – Пловдив].
23. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР АД, ПЛОВДИВ. 2000-02-21. *Бизнес програма*. In: ф. 218, оп. 11, а. е. 9, л. 40. Ат: Държавен архив – Пловдив [ДА – Пловдив].
24. СВЕТЛЕВ, Т., 1996. *Засилено българско присъствие в панаира на панаирите*. Web site. Дневник, 272, 1 февруари. Available from: https://www.dnevnik.bg/print/arhiv_pari/1996/02/01/1403232_zasileno_bulgarsko_prisustvie_v_panaira_na_panaire/amp/, [Viewed 2022- 12- 16].
25. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР АД, ПЛОВДИВ. 1999-01-20. *Протокол на Съвета*. In: ф. 218, оп. 11, а. е. 5, л. 16. Ат: Държавен архив – Пловдив [ДА – Пловдив].
26. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР АД, ПЛОВДИВ. *Актуализиран проект за инвестиционна програма*. In: ф. 218, оп. 11, а. е. 6, л. 15-20; МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР АД, ПЛОВДИВ. *Доклад за дейността на МП 1997 – 1999*. In: ф. 218, оп. 11, а. е. 6, л. 80 – 82, Ат: Държавен архив – Пловдив [ДА – Пловдив].
27. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР АД, ПЛОВДИВ. 1999-12-15. *Протокол на Съвета*. In: ф. 218, оп. 11, а. е. 8, л. 2. Ат: Държавен архив – Пловдив [ДА – Пловдив].
28. *Приватизация на парче застрашава Пловдивския панаир, 01. 01. 1998*. Web site. Available from: https://www.dnevnik.bg/print/arhiv_pari/1998/01/01/1513103_privatizaciia_na_parche_zastrashava_plovdivskiiia_panair/. [Viewed 2023-01-05].
29. Марица, г. X, 116, 3 май 2001, с. 5.
30. *Пловдивският панаир ще се пропука от приказки*. Web site. Банкер. Available from: <https://www.banker.bg/upravlenie-i-biznes/read/plovdivskiiat-panair-shte-se-propuka-ot-prikazki>. [Viewed 2022-08-11].

31. Марица, г. Х, 240, 7 септември 2001, с. 20.
32. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР АД, ПЛОВДИВ. 2000-02-21. *Бизнес програма*. In: ф. 218, оп. 11, а. е. 9, л. 61. Ат: Държавен архив – Пловдив [ДА – Пловдив].
33. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИРАД, ПЛОВДИВ. 1998-04; 2000-10-??. Заповед на изпълнителния директор, октомври 2000. Писмо на синдикатите до изп. директор, април 1998. In: ф. 218, оп. 11 а. е. 2, л. 185; а. е. 11, л. 155 – 156. Ат: Държавен архив – Пловдив [ДА – Пловдив].
34. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР АД, ПЛОВДИВ. 1998-07-24. *Заповед на МТТ*. In: ф. 218, оп. 11, а. е.3, л. 5. Ат: Държавен архив – Пловдив [ДА – Пловдив].
35. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИРАД, ПЛОВДИВ. 1999-06-08. *Заповед на МТТ*. In: ф.218, оп. 11, а. е.6, л. 13, 14. Ат: Държавен архив – Пловдив [ДА – Пловдив].
36. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР АД, ПЛОВДИВ. 1998-09-26. *Протокол от 26 септ. 1998 и заповед на МТТ*. In: ф. 218, оп. 11, а. е. 4, л. 2-4. Ат: Държавен архив – Пловдив [ДА – Пловдив].
37. МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР АД, ПЛОВДИВ. 1999-01-26. *Заповед на МТТ*. In: ф. 218, оп. 11, а. е. 4, л. 23. Ат: Държавен архив – Пловдив [ДА – Пловдив].

ЛИТЕРАТУРА

- КОСТОВ, И., 2019. *Свидетелства за прехода 1989 – 1999 г.* София: SIELA. ISBN 9789542828402.
- МИТОВА, М., 2022. *Международният панаир – Пловдив във външно-търговската политика на България по време на Студената война*. София: Коала прес. ISBN 9786192610142.
- ОБРЕЙКОВ, Л. 2007. *Обрейкови*. Пловдив: ИМН. ISBN 978-954-317-106-4.
- СУКАРЕВ, В., 2022. Туризмът в Пловдив през XX век: фактори, развитие, проблеми, политики, ресурси. *Известия на Центъра за стопанско- исторически изследвания*, т. VII, с. 393 – 403. ISSN 2534-9244.

REFERENCES

- KOSTOV, I., 2019. *Svidetelstva za prehoda 1989 – 1999 g.* Sofia: SIELA. ISBN 9789542828402.
- MITOVA, M., 2022. *Mejdunarodniat panair – Plovdiv vav vunshnotargovskata politika na Balgaria po vreme na Studenata vojna*. Sofia: Koala press. ISBN 9786192610142.
- OBREYKOV, L., 2007. *Obreykovi*. Plovdiv: IMN. ISBN 978-954-317-106-4.

SUKAREV, V., 2022. Tourism in Plovdiv during the 20th Century: Factors, Development, Problems, Policies, Resources. *Proceedings of the Centre for Economic History Research*, vol. VII, pp. 393 – 403. (In Bulgarian). ISSN 2534-9244.

**THE NEW ORGANIZATIONAL AND MANAGEMENT
STRUCTURE OF *INTERNATIONAL FAIR AD*,
PLOVDIV FOR THE PERIOD 1997- 2001**

✉ **Yordanka Krivoshieva**

ORCID iD: 0000-0002-1153-9605

Regional Historical Museum – Plovdiv

14, Angel Bukorechtliev St.

4000 Plovdiv, Bulgaria

E-mail: iori60@abv.bg