

Бейжанова А.Т.,  
Белғожақызы М., Шуренов Н.Б.

**Қазақстан Республикасындағы  
қонақжайлылық  
индустриясының  
қазіргі кездегі дамуы**

Қазіргі таңда қонақжайлылық индустриясы экономикамыздың дамуының әлеуетті және болашағы зор салаларының бірі болып танылып отыр. Қонақ үй бизнесі туризмнің маңызды құраушысы ретінде жүреді. Ал туризм болса, әлеуметтік-тұрмыстық инфрақұрылымның салааралық кешені ретінде әлемдік экономикада басты рөлді алады, әлемдік ұлттық өнімнің 1\10 бөлігін қамтамасыз етеді. Қазіргі кезде әрбір он бесінші қызметкер қонақ үй бизнесінде жұмыс істейді. Бұл көрсеткіштер, әрине, туризм индустриясының, оның ішінде, қонақ үй саласының жұмыс істеуіне тікелей экономикалық тиімділікпен сипатталады.

**Түйін сөздер:** туризм, маркетинг, бәсекеге қабілеттілік, сапа, қызмет көрсету, индустрия, инфрақұрылым, инновация, салалық даму.

Beyzhanova A.T.,  
Belgozhakzy M., Shurenov N.B.

**The modern development of  
the hospitality industry in the  
Republic of Kazakhstan**

Currently, the economic potential of the development of the hospitality industry is recognized as one of the most promising sectors. Hospitality is an important component of the tourism business. A tourism play a key role in the global economy as a complex, global national product, which provides 1 \ 10 of the national product. Currently, every fifteenth employee working in the hospitality industry. These figures in the tourism industry, including hotel industry is characterized as the functioning of economic efficiency.

**Key words:** tourism, marketing, competitiveness, quality, service, industry, infrastructure, innovation and industrial development.

Бейжанова А.Т.,  
Белгожакызы М., Шуренов Н.Б.

**Современное развитие  
гостиничной индустрии  
в Республике Казахстан**

В настоящее время экономический потенциал развитие индустрии гостеприимства признано одним из самых перспективных отраслей. Гостиничный бизнес является важным компонентом туристического бизнеса. А туризм играют ключевую роль в мировой экономике как сложный, глобальный национальный продукт, который обеспечивает 1\10 часть национального продукта. В настоящее время каждый пятнадцатый работника работает в гостиничном бизнесе. Эти цифры в индустрии туризма, в том числе гостиничной индустрии характеризует как функционирование экономической эффективности.

**Ключевые слова:** туризм, маркетинг, конкурентоспособность, качество, сервис, промышленность, инфраструктура, инновации и развитие промышленности.

**ҚАЗАҚСТАН  
РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ  
ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚ  
ИНДУСТРИЯСЫНЫҢ  
ҚАЗІРГІ КЕЗДЕГІ  
ДАМУЫ**

Қазақстан – өмірлік кеңістігі туризмге сай келетін, қонақ үй бизнесін өркендетуге болатын, бірден бір жер-жаһанның қайталанбас бұрышы болып табылады. Қазақстан Республикасының экономикасы нарықтық механизмдеріне бейімделуіне орай, маңызды теориялық басқару тұжырымдамаларына ие болып келеді. Нарықтық-кәсіпкерлік бейімделу экономикасында экономикалық емес, көбінесе бәрінен бұрынғы икемді әрі тез мүмкіншілігі болатын сыртқы ортаға өзгерісі тез жүретін, тиімділігі бағаланады.

ҚР Спорт және туризм Министрлігінің мәліметтеріне сүйенсек, бүгінгі күні республикада 385 қонақ үй орынжайларының 350-і қалалық жерлерде орналасса, 35-і ауылдық елді мекендерден (11 облыстағы) орын алған. Бір өкініштісі, Батыс Қазақстан, Қызылорда және Маңғыстау облыстарындағы ауылдық жерлерде қонақ үйлер мүлдем жоқ. Ал Алматы, Астана және Ақтау қалаларындағы санаулы мейманханалар ғана қонақтарына комфортты жағдай жасауға қабілетті. 1150 қонақ үй мекемесі бар, олардың орналастыру қоры 29000 нөмірден аса, өткен жылғы мәліметтер қорытындысына сәйкес, қонақ үй бизнесі кәсіпорындары 47,5 млрд тг қызмет көрсеткен. Қазақстанның ірі отельдері – «Intercontinental», «Rixos», «Rahat Palace» «Анкара», «Хаятт», «Достық», «Премьер-Медеу», «Қазақстан» – негізінен көпшілік бөлігі оңтүстік астанада орналасқан, заманауи отельдер желісі елордада бой көтеріп келеді.

Қонақ үйлердің жүктеу деңгейі іс жүзінде, 2008 жылмен салыстырғанда, 40-60%, дейін критикалық минимумға дейін өсті, ал «жоғары» маусымы, Қазақстан қалаларының шарттарына сәйкес, көрмелерде өткізу кезеңімен сәйкес келді және 80% дейін өсімділік көрсеткен. Мұнымен бірге, Қазақстандық кәсіпкерлер сондай-ақ туристік инфрақұрылымның дамуында инвестиция жасай бастады, оның ішінде, кішігірім қонақ үйлердің, кемпингтердің құрылысы. Алайда сарапшылар бұрын былай бекітпегендей, отандық экономика, қонақ үй индустриясына қарағанда, анағұрлым жоғары қарқынмен өсу үстінде, сәйкесінше қонақ үйлердің құрылысын инвестициялау тартымды бизнес болып саналды [1].

Бірнеше жылдардың жүзінде, назар сала отырып, Қазақстан өзін жаңа туристік бағыт ретінде белсенді тарапқа бастап ке-

леді, бизнес-турларға есептелген, елдің басты назар аударарлық орындарын көруге келген саяхатшылар және барлық шығындарын өзі төлейтін 3-4 жұлдызды қонақ үйлердің тапшылығы, қонақ үй индустриясының отандық мәселелерінің бастысы болып саналды. Республика қонақтарында іс жүзінде таңдау қалмады – жақсы қаражат төлей отырып, жоғары категориялы қонақ үйлердің нөміріне орналасу немесе ешқандай сән-салтанатсыз, тұрғын-жайға кететін шығынды үнемдей отырып, бюджеттік қонақ үйге тоқтау [2].

Өзінің қалтасынан төлейтін туристер үшін, біздің 5 жұлдызды қонақ үй әсіресе, Алматыда, былайша айтқанда, қымбатырақ; жоғары бағалар хақындағы ескертулер тіптен алғанда Қазақстанға келетін барлық туристерден естіледі» – дейді Қазақстандық қонақ үйлер және мейрамханалар қауымдастығының директоры (ҚҚЖМҚ) Рашида Шайкенова. Расында да, мұның жанында, нөмірдің орташа құны, былайша айтқанда, Алматының бесжұлдызды қонақ үйлерінде тәулігіне \$550-600 құрайды делік, еуропалық қонақ үйлерде осы кластағы тұру тәулігіне 450-550 евро. Бірақ аз ғана бағалары айырмашылығында Қазақстандық қонақ үйлер Еуропаға қарағанда қызмет көрсету сервисі жағынан әлі артта келеді.

Уақыт өте келе, Қазақстан экономикасын қайта құрылымдау нарықтық шарттарда, қонақ үй бизнесінің көптеген мәселелерінің маңыздылығы жағынан оңтайлы шешуде. Нағыз қонақ үй бизнесінде бірінші жоспарға табыстылық, қамтуы, кірісі, сервисі, клиенттерді тарту, аз ресурстарды пайдалану арқылы қойылған тапсырмалардың шешілуі алдыңғы шепке шығады [3].

Соңғы жылдары Қазақстандағы қонақ үй индустриясы сәтті іргетасын қалап келеді. Мемлекет 1990 жылдардағы соңғы дағдарысты, қонақ үйлердің жүктемесі сын көзімен қарайлайтын уақытты жеңіп шықты. Біртіндеп, бизнес дами түсті, шетелдік инвесторлар, келіссөздерге қатысушылар, кездесулер, көрмелер мен өзге де іс-шараларға сапармен келе бастауы жиіледі, тіпті кей қалаларда мұндай шаралар күн сайын өткізілді десек болады. Қазақстандық туристік қауымдастықтың мәліметтеріне сүйенсек, біздің елімізге келетін туристердің 80% жұмыстың қажеттілігімен келді, ал іскерлік туризмнің дамуы қонақ үй инфрақұрылымының жетілуіне жориды. Сонымен бірге, ешкімге құпия емес, аталған инфрақұрылымдағы сапаның орындалуы жақсыға қарай ұмтылуды, әсіресе, тіпті мейлінше әлемдік баға деңгейіне жетуге талпыныс білдіртті. Қонақ үй қызметтері мен олардың сапасына

бағалаудың сәйкес келмеуі Алматы мен Астана қалаларында байқалды, сондай-ақ, әсіресе пайдалы қазбалар өндіруге мамандандырылған, компаниялар белсенді қызмет жасаған аймақтарда, мысалға Маңғыстау облысында көрініс тапты. Ағымдағы қызметке сұраныстың төмендеуін туғызған рецессия қонақ үй индустриясы ойыншыларын бағалауды қайта қарап және сұранысты ынталандырушы механизмдерді ұсынуға мәжбүрледі.

Қонақ үй бизнесіне әр алуан факторлар ықпал етеді. Сондықтан сыртқы ортаны талдаудың маңызы жоғары. Төмендегі 1-кестеде Қазақстандағы қазіргі кездегі қонақ үй қызметінің жағдайдың STEP-талдауы көрсетілген.

Бұл талдаудың негізінде Қазақстандағы бизнестің дамуына маркетингтік жағдай барлық факторлар бойынша қолайлы екендігін айтуға болады.

1-кесте – Қазақстандағы қонақ үй қызметінің STEP-талдауы

Факторлар	Жағдайдың қысқа мінездемесі
Демографиялық	Халық санының өсуі байқалады
Ғылыми-техникалық	Қазақстан экономикасының ашықтығы ФТП жетістіктерінің енуіне септігін тигізеді
Саяси	Тұрақтылықтың орын алуы
Экономикалық	Экономикалық өсу фазасы
Мәдени-әлеуметтік	Тұрғындардың еуропалық өмір сапасына бейімделуі
<i>Ескерту: [2] әдебиет негізінде автор құрастырған</i>	

Отандық қонақ үй индустриясының негізгі мәселелерінің бірі – қызмет сапасы мен баға саясатының сәйкес келмеуі – дағдарысқа дейінгі кезеңде көп айтылған болатын, алайда аталған салаға өзгерістер мүлдем бақыланбады, әсте, олар қалағандарынан гөрі, мейлінше баяу өрбіді. Мұндай жағдайдың логикалық түсінігі пайда болды: қонақ үй қорының көбеюіне қарамастан, барлық кластағы отелдер тапшылығы шартында толыққанды бәсекелестік байқалмады. Қонақ үй әкімшілігі нөмірдің жоғарғы маусымы, тіпті бағалардың дәстүрлі көтерілуіне қарамастан, кез келген жағдайда 80-100% толатынын білді. Сондықтан да, нарық заңы қызмет сапасын да, сервис деңгейін де, бағалық орналастырылуын да бақылай алмады.

Қонақ үй индустриясының дамуының жақсы сипаты ретінде біліктілігі арттырылған мамандардың тапшылығы танылады: отандық білім беру нарығы заманауи талаптарға сәйкес келетін білікті кәсіби мамандарды дайындамайды. Одан бөлек, заманауи қонақ үй қызметкері нарықтың заманауи тұжырымдарынан хабардар болуы шарт, заманауи технологияларды меңгерген болуы тиіс. Білікті мамандардың тапшылығы тек менеджмент саласында ғана емес, сонымен қатар, құрылыста, қонақ үйлерді жобалауда да сезіліп жатады. Нарықтағы жылжымайтын мүліктің бағасының артуы кезеңінде, ойыншылар есебінде, қонақ үй индустриясын аса қатты кемшіліктерін біле бермейтіндері шықты. Нәтижесінде, инвесторлардың көпшілік бөлігіне шетелдік мамандар шақыртылды, олар жобаның құнын арттырып қана қоймай, оның орнын толтыру мерзімін де ұлғайтуға күш салды.

Дағдарысқа дейінгі кезең қазақстандық нарыққа, жоғары бренспен жұмыс жасайтын, құрылыс жағынан ауқымды болып келетін, Marriott, Holiday Inn, Hyatt, Rixos ірі қонақ үй желілерінің келуімен белгілі болды. Бұл жоспарлардың бір бөлігін жүзеге асыру мүмкін болды. Астанада Radisson SAS Hotel, Rixos President Astana және Okan Intercontinental Astana отелдері әрекет ете бастады, Marriott желісі Атырау мен Ақтау қалаларында Renaissance қонақ үй кешенін іске қосты. Оңтүстік астанада Intercontinental Almaty және Hyatt Regency Almaty қатар, қаңтардың соңында, тұңғыш рет Holiday Inn отелдер желісі ашылды. Оның нөмірлік қоры 230 бөлмені құрады, бірнеше конференц-залдары бизнес-шараларды өткізуге мүмкіндік берді. Алғашында, оның ашылуы өткен жылдың екінші жартысына қалдырылған болатын, бірақ, дағдарыс оған түзетулер енгізді. Өзінің қонақ үйлерін іске қосуға өзгерістер енгізу қажеттілігіне барлық операторлар да келіп тірелді. Бұл жылы JW Marriott (жобаның көмекшісі – Capital Partners компаниясы) ашылуы көзделген болатын, сонымен қатар Park Inn Almaty Airport (бұл қонақ үйдің нөмірлік қоры 130 бөлмені құрайды). Соңғысының құрылысы The Rezidor Hotel Group басқаруымен жүргізілді, аталған оператор Қазақстанда тәжірибеге ие, ол оған дейін астаналық Radisson SAS ашқан болатын. Жасыратыны жоқ, дағдарысқа байланысты жаңа қонақ үйлердің салынуы тағы да келесі жылға шегерілді. 2010 жылы құрылысы The Rezidor Hotel Group енетін, Radisson SAS Medeo ашылады деп болжанған болатын. Сол уақытта инвесторлар қонақ үй жобаларын жүзеге асыруды уақытша тоқтату туралы шешім қабылдаған

болатын, оны Алматыда құрылысы енді басталған, Kempinski және Radisson қонақ үйлерімен алмастыру көзделді [5].

Дегенмен, халықаралық операторлардың ойы бойынша, дағдарыстық кезеңнің қиыншылықтарына қарамастан, біздің елімізде қонақ үй нарығы бұрынғыша тартымды болып қала берді. «Қазақстанда, ірі операторлардың келуіне қарамастан, әлі күнге дейін, заманауи деңгейдегі сапалы қонақ үйлердің жетіспеушілігі байқалды. Бұл мәселе аймақтық қаржылық орталықтың мәртебесіне мұқтаж, Астана секілді де, Алматы үшін де сондай-ақ өзге аймақтар секілді де өзекті». Сондықтан да, операторлар өзінің жобаларын осындай басым экономикалық қалалар үшін, Шымкентке де, Ақтөбе, Атырау экономикасы үшін маңызды орынға ие. Дағдарыс мәңгі тұралап қалмайтыны рас және біздерде, республиканың экономикасы және қонақ үй индустриясы бұрынғы даму қарқынына айналып келеді. Сектордың тартымдылығының пайдасы, іскерлік туризм осы және өзге шараларда әрқашан дамуда болады. Адам баласы демалысқа бармауы мүмкін, бірақ, іссапарын ысырып қоя алмайды.» – деп топшылайды The Rezidor Hotel Group өкілі Даррен Бланчард.

Іскерлік туризмнің мейлінше тұрақты жағдайында, қонақ үй секторындағы қызметке жоғары сұраныс байқалды және нарықтың қатысушылары алдыңғы жылдың басында бағаны көтеруге іштей дайын болатын. Бұдан бөлек, жаңа қонақ үйлерді бағалау, теориялық тұрғыдан, орта сегментті бағалау желісіне жатты, қазақстандық шарттарда, көбінесе, жаңаша жоғары бағалау жақындап келеді – айталық, Holiday Inn қонақ үйіндегі стандартты тәуліктің тұру құны \$350 құрады. Алайда, уақыт өте келе, ол экономикалық белсенділіктің құлдырауына алып келді. Қазақстандағы өткізілетін, іскерлік іс-шаралар саны, шетелдік қатысушылар тарапынан да қысқартылды. Көптеген компаниялар көрмелерге, өзінің бағалау саясатының тым көтерілуіне байланысты қатысудан бас тартты. «Қазақстан» қонақ үйінің өкілдерінің айтуынша, мысалға, нөмірлердің жүктемесі, алдыңғы жылы тек үштен бірін ғана толтырылған болса, ал ол өткен жылы тек 80% жеткенін айтты [5].

Қонақ үй индустриясының жағдайындағы ең жағымды сипаты ретінде, коммуналдық қызметтер мен девальвацияға кететін шығындар, факторынан сезілді. Ең ұтылған қонақ үйлер қатарында, олардың банктен несиелері бойынша есептесуге жүгінгендері – займның көп бөлігі, өз уақытында доллармен алынып, нәтижесінде

девальвациядан кейін, ай сайын мейлінше өсіп отырды. Бұдан бөлек, девальвация теңгеге кететін шығындарды негіздеді, іс жүзінде қонақ үй бизнесінің тауарларын, барлық құрылғылар жиһаз, ыдыс-аяққа, жуғыш құралдарға және өзге де қажетті құралдарды шетелден сатып алуға алып келді. Сұраныстың қысқаруының нәтижесінде қонақ үй инфрақұрылымы объектілері арасындағы бәсекелестік өсе түсті және бағалардың құлдырауы шартында клиент үшін күрес құралдарының бірден бір құралдары болып табылады. Бағалардың төмендеуін ірі қалаларда орналасқан қонақ үйлердің үштен бірі айтты (сол «Қазақстан» бағалауды 30% қысқартуға мәжбүр болды), сондай-ақ, аймақтарда да осындай көрініс белең алды. Шайкенова ханымның пікірінше, дағдарыс кезеңінде қонақ үйлердің әкімшілігі қосымша қызметтерді белсенді жүргізген: жергілікті тұрғындармен белсенді жұмыс істеп, ішкі сұранысты арттыра отырып, іс-шаралық туризммен дами түсті. Бұл бағытта сәтті бағыттардың бірден бірі жыл сайын іскерлік шараларды өткізу, мысалға, көрмелер немесе Еуразиялық медиа-форум, ол кезде қонақ үй мекемелері, ештеңеге қарамастан, өзінің объектілерін максималды жүктеуге мүмкіндік берді. «Қонақ үйлер өзінің жеке іс-шараларын қабылдауы мүмкін, олар келушілерді ұстап тұрады. Бүгіннің өзінде адал клиенттер үшін икемді жеңілдіктер қарастырылған, қонақтарды тарту барысындағы әртүрлі пакеттер сервисі ұсынылған. Жоғарғы бағалық бағалау төңірегіндегі бәсекелестік, өседі, және ұтымды сервис тағайындағандары ұтады», – дейді Шайкенова ханым.

ҚКЖМҚ өкілдерінің пікірінше, мемлекет қонақ үй индустриясына көмек ретінде, халықаралық семинарларға, конференцияларға көрмелерге ұйымдастыруға қолдау көрсетті. Қонақ үйлерге мейлінше белсенді корпоративтік клиенттермен, туроператорлармен, жеке саланың өкілдерімен белсенді байланыс орнатуда [4].

Қазақстандағы қонақ үй бизнесінің дамуы, ТМД мемлекеттері секілді, жаһандану үрдісіне қатты әсерін тигізеді. Бұл үдеріс, бәрінен бұрын, қонақ үй тізбектерін таратудан көрінеді. Шетелдік менеджмент өзімен бірге қызмет көрсетудің жоғарғы сапалылық деңгейін көрсетеді.

Қазақстан бойынша қонақ үй кәсіпорындарын функционалдық талдауды үш топқа жіктеуге болады:

Шетелдік менеджмент қатысындағы қонақ үйлер мен басқару жүйесі:

(4-5 жұлдызды жоғары-класты халықаралық қонақ үйлер), оларға жатады:

«Интерконтиненталь Алматы» (КТ СП «Айт-Отель» АҚ), «Рахат Палас» (АО «Рахат» БК), «Амбассадор» (БК«Құрылыс стар» ЖШС) және т.б. Олар тұрғылықты айы бойынша жоғары бағалармен теңестірілген, заманауи материалдық-техникалық базаға ие және нарықтағы барынша бәсекеге қабілетті болып саналады. Бұған нөмірлік қордың, қызмет көрсету сапасының, рентабельділіктің және қаржылық тұрақтылықтың жүктеме көрсеткіштері куә болады. Аталған типтегі қонақ үйлерде басқару халықаралық қонақ үй типіне жатады, басқару мен бәсекелік ба-сымдықтарын қатарын иеленеді.

Мысал ретінде бес жұлдызды қонақ үй – «Интерконтиненталь Алматы» келтіруге болады, ол белгілі франчайзингтік қонақ үй желісі «Интерконтиненталь» тізбегін иеленеді, жоғары класты қызмет көрсетудің сапалы тізбегін көрсетеді. Адам ресурстарының қызметі және маркетинг бөлімі тағайындалатын қызмет ресурстарды басқару бойынша жұмыстарды үйлестіруге жауап береді. Олар күн сайынғы тағайындалатын қызмет пен санитарлық стандарт нормаларын және қызметті ұйымдастырады және қызметкерді дайындайды. Жаңа қызмет түрі мен заманауи технологияларды енгізеді, қызмет сапасын көтерудегі бағдарламаларды жасақтайды.

Жеке қонақ үй кәсіпорындарының немесе қонақ үйлердің менеджмент жүйесі жергілікті топ-менеджерлермен тағайындалады және оларға қатысты болады: «Қазақстан» (ЖШС «Бурган»), «Астана Интеротель» (ЖШС «Астана Интеротель»), «Айсер» (ЖШС «Айсер»), «Аль-Фараби» (ЖК «Айтқулов»), «Казжол» (ЖШС «МАКсервис») және т.б. Аталған қонақ үйлер бағалардың төмендігінен, бөлме қорының тағайындалуымен, қызмет көрсету сапасы мен қаржылық тұрақтылығымен сипатталады. Аталған басқару типіндегі қонақ үйлерде қызмет көрсету сапасын жақсарту қажет, материалдық-техникалық базасын және қызмет дамуы стратегиясын тағайындау қажет болады.

Ведомстволық қонақ үй кәсіпорындарымен басқару жүйесі, оларға «Алия» (ЖШС «Енбек») категориясын басқаруға қатысты болады. Аталған типтегі қонақ үй үшін тән болады: жүктеменің төменгі көрсеткіштері және рентабельділігі, қызмет көрсетудің сапасының көрсеткіштерінің негізгі мәселелері болып табылады: тозған және ескірген материалдық-техникалық база, төменгі еңбекақы, сәйкесінше, біліктілігі төмен қызметкер. Олардың дамуының стратегиялық бағыттары болып аталған басқару жүйесінің жетілдірілуі табылады, ол қызмет көрсету сапасын

қаржыландыру бойынша күрделі жөндеу және ғимаратты қайта құрылымдау, қызметтің белсенді жылжуы үшін нарықтағы жүйелі басқару мүмкіндіктеріне ауысу.

Көптеген мәселелер әлі рұқсат етілу кезеңінде жатыр, бірақ әлі түйткілді шешімдерін таппай келеді. Бүгінде айғақтауға болады: Қазақстанда әлі күнге дейін барлық қажетті ерекшеліктеріне орай туристік жүйенің біртұтастығының жоқты-

ғы – оған жарнамалық, қызмет саудасы, транспорт, орналастыру, тамақтану, байланыспен қамтамсыз ету және т.б.

Басты себебі – республиканың әлеуметтік дамуы мен экономикалық деңгейінің төмендігі, оған экспортер-елдердің туризмінің қатарын қатыстыруға болады, онда, өз қызметкерлерін шетелдегіге аттандырудан бөлек, шетелдік туристерді қабылдау тиімділігі [3].

#### References

- 1 Schools management. Internet is a resource: <http://stud24.ru/management/baskaru> – mektepteri/273466-815156 – page1.html.
- 2 <http://www.stat.gov.kz/>.
- 3 R.T.Alishева – Gostinichnoe khoziaistvo: uchebnoe posobie. – Almaty-2006.119p.
- 4 G.N.Iylchieva – Upravlenie-gostinichnymi uslugami: teoriia-praktika-perspektivy – dlia Kazakhstana.
- 5 O.Zh.Ustenova- Organizacija gostinichnogo biznesa: Uchebnoe posobie dlja specialnyh disciplin-nachalnogo professionalnogo obrazovaniya. – Almaty: pechatnyj dom-mersal-2004y.