



Міністерство освіти і науки України  
Хмельницький національний університет  
Технологічний університет Шеннон: Мідлендс Мід Вест (Ірландія)  
Університет Казимира Великого, м. Бидгощ (Польща)  
Академія професійної освіти «Меркур» (Словаччина)  
Державний торговельно-економічний університет  
Ужгородський національний університет  
Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича  
Львівський державний університет фізичної культури ім. І. Боберського  
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана  
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна  
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця  
Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова  
Донецький національний університет ім. В. Стуса  
Донецький національний університет економіки і торгівлі  
Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського  
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»  
Херсонський національний технічний університет  
Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника



## СУЧАСНІ ТРЕНДИ, РЕАЛІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ

*Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції*

*(м. Хмельницький – Меджибіж, 23-24 травня 2024 року)*

Міністерство освіти і науки України  
Хмельницький національний університет  
Технологічний університет Шеннон: Мідлендс Мід Вест (Ірландія)  
Університет Казимира Великого, м. Бидгощ (Польща)  
Академія професійної освіти «Меркур» (Словаччина)  
Державний торговельно-економічний університет  
Ужгородський національний університет  
Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича  
Львівський державний університет фізичної культури ім. І. Боберського  
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана  
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна  
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця  
Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова  
Донецький національний університет ім. В. Стуса  
Донецький національний університет економіки і торгівлі  
Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського  
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»  
Херсонський національний технічний університет  
Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаніка

## **СУЧАСНІ ТРЕНДИ, РЕАЛІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ**

*Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції*

*(м. Хмельницький – Меджибіж, 23-24 травня 2024 року)*

УДК [338.48:338.46]:001

C91

*Рекомендовано до друку як мережеве електронне видання  
Вченою радою факультету управління, адміністрування та туризму  
(протокол № 11 від 30 травня 2024 року)*

**Редакційна колегія:** канд. екон. наук, доц., **С. Матюх** (голова), д-р екон. наук, професор **Є. Рудніченко** (заступник); д-р екон. наук, професор **І. Журба**; канд. екон. наук, доцент **Л. Григор'єва**; канд. екон. наук, доцент **Л. Гризовська**; канд. екон. наук, доцент **Т. Томаля**; канд. екон. наук, доцент **О. Давидова**; канд. екон. наук, доцент **Н. Прилепа**; канд. техн. наук, доц., доцент **А. Рогова**; канд. екон. наук, доцент **І. Несторишен**.

Відповідальний секретар науково-програмного комітету конференції:

Гризовська Лілія Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент, кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Хмельницького національного університету.

Технічний секретар науково-програмного комітету конференції:

Гриндій Оксана Станіславівна – старший викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Хмельницького національного університету.

**Сучасні тренди, реалії і перспективи розвитку туризму та готельно-ресторанної справи:** збірник тез Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (Хмельницький – Меджибіж, 23-24 травня 2024 року). Хмельницький – Меджибіж: Хмельницький національний університет, 2024. 121 с.

У збірнику опубліковано тези доповідей Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Сучасні тренди, реалії і перспективи розвитку туризму та готельно-ресторанної справи». Публікації відображають результати наукових пошуків авторів, присвячені висвітленню актуальних питань: світового туристичного ринку: тенденції та пріоритети зростання у цифровій економіці; національного туристичного ринку: виклики повоєнного відновлення; готельно - ресторанный справи та кейтерингу: регіональні практики; гастрономічних трендів України та Світу; туристичним кластерам у післявоєнній відбудові економічної системи України; форсайту розвитку туристичної системи; глобалізації і міжнародній логістиці та їх впливу на розвиток туристичної індустрії

Тези, включені до збірника, можуть становити інтерес як для науковців, викладачів, аспірантів, здобувачів вищої освіти, так і для практиків – фахівців у сфері туризму.

*Збірник тез підготовлено кафедрою туризму та готельно-ресторанної справи Хмельницького національного університету*

*Точка зору редакційної колегії не завжди збігається з думкою авторів. У збірнику максимально точно збережена орфографія, пунктуація та стилістика, які були запропоновані учасниками конференції. Відповідальність за достовірність та якість поданого матеріалу несуть учасники конференції та їх наукові керівники.*

УДК [338.48:338.46]:001

C91

**Мережеве електронне видання**

12,8 умовн.-друк. арк. Об'єм файлу 4,0 Мб.

**Виготовлювач**

29016, Хмельницький національний університет, вул. Інститутська 11, м. Хмельницький

## ЗМІСТ

### НАПРЯМ 1. СВІТОВИЙ ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРІОРИТЕТИ ЗРОСТАННЯ У ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

<b>Лариса ГОРОДЯНСЬКА</b> Вплив інтернет-технологій на розвиток туристичної галузі в Україні	9
<b>Валерія ГАРБУЗОВА</b> Інноваційні маркетингові технології в туризмі: перспективи впровадження в регіонах України	10
<b>Ольга СТОГНІЙЧУК</b> Туризм у глобальній трансформації: відтінки змін та нові можливості	12
<b>Олег МИРОНЮК, Галина КРУЛЬ</b> Вплив штучного інтелекту на розвиток готельно-ресторанної індустрії	13
<b>Віталій КОВАЛЬ, Ігор НЕСТОРИШЕН</b> Особливості повоєнного відновлення індустрії туризму в Хорватії	15
<b>Ольга НЕЧАЙ</b> Вплив ринку криптовалют на розвиток туризму	17
<b>Анна КОНДРАШИНА, Вероніка КОНДРАШИНА, Людмила ГРИГОР'ЄВА</b> Організація екскурсійного супроводу купально-пляжного туризму в Єгипті	18

### НАПРЯМ 2. НАЦІОНАЛЬНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК: ВИКЛИКИ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

<b>Віталій ЛЮБКА, Валентина СТАДНИК</b> Ціннісно-орієнтований підхід до вдосконалення бізнес-процесів підприємств індустрії гостинності як умова розвитку їх ринкови можливостей	22
<b>Сергій МАТЮХ, Наталія ГАВЛОВСЬКА, Євгеній РУДНІЧЕНКО</b> Перспективи розвитку туристичного бізнесу в умовах війни	24
<b>Ганна МАШКА</b> Основні напрями повоєнного туристичного відновлення національного туристичного ринку в Україні	25
<b>Наталія ГАБЧАК, Станіслав ГАБЧАК</b> Ностальгічний туризм як одна з перспектив розвитку туризму в післявоєнний період	27
<b>Наталія КАРВАЦКА</b> Оцінювання стану та перспектив розвитку індустрії туризму в Україні	28
<b>Каріна КОСОВСЬКА, Ігор ЖУРБА РОЗВИТОК</b> Сільського зеленого туризму в хмельницькій області під час війни та післявоєнної відбудови	30
<b>Юрій Цимбалістий, Ігор Журба</b> Сфера дозвілля в індустрії туризму	32
<b>Айрапет МАНАСЯН, Людмила БЕЗУГЛА</b> Організація подієвого туризму в Україні	33
<b>Діана КРАВЧЕНКО, Людмила БЕЗУГЛА</b> Організація сільського туризму в Україні	35

### НАПРЯМ 3. ГОТЕЛЬНО - РЕСТОРАННА СПРАВА ТА КЕЙТЕРИНГ: РЕГІОНАЛЬНІ ПРАКТИКИ

<b>В. АНДРІЙЧУК, Наталія ПРИЛЕПА</b> Основні елементи мотивації результативної праці в готельно-ресторанному бізнесі	37
<b>Алла ВІТРЯК, Валерія КУЧЕРУК</b> «CATERING» - складова закладів ресторанного господарства	38
<b>Роман КОРСАК</b> Інноваційні підходи у готельно-ресторанній освіті Європейського Союзу: найкращі	39

залишаються головними факторами, що перешкоджають відновленню туризму, складне економічне середовище, включаючи високу інфляцію та стрибок цін на нафту, а також побоювання глобальної рецесії.

У зв'язку з невизначеністю в Україні, спричиненою російською агресією та зростаючою геополітичною напруженістю, а також проблемами з охороною здоров'я, пов'язаними з пандемією, та нестачею робочої сили, туристична галузь стикається з негативними ризиками для свого розвитку.

Інформаційні технології та інноваційність стають одними з ключових напрямів розвитку міжнародного туризму в сучасних умовах [2].

Отже, тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг свідчать про значний вплив різних факторів на галузь туризму. Нові реалії, що виникли в результаті глобальних змін, вимагають від галузі гнучкості та швидкої адаптації до змін у попиті та уподобаннях туристів. Розширення використання цифрових технологій стає ключовим елементом у покращенні якості та доступності туристичних послуг. Зростаючий інтерес до сталості та екологічної відповідальності визначає нові стандарти та вимоги до пропозицій галузі. Туристи виявляють більше індивідуалізму та шукають унікальні та менш масові форми відпочинку. Туризм стає важливим каналом для міжкультурного обміну та взаєморозуміння. Галузь туризму повинна враховувати глобальні виклики, такі як зміни клімату та кризи безпеки, у розробці своїх стратегій. Враховуючи ці тенденції, галузь туризму може пристосовуватися до нових реалій та впроваджувати інновації для забезпечення стабільного та привабливого туристичного досвіду у майбутньому [3].

### Література

1. Носирев О. О., Чернікова Є. А. Сучасні тенденції, проблеми та перспективи управління розвитком туризму: матеріали І міжнар. наук.-практ. конф. (м. Дніпро, 23–24 березня 2023 р.). Дніпро: ДВНЗ «ПДТУ», 2023. 250 с.
2. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні. Оновлення до документу «Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні». С.6-20.
3. Туризм та креативні індустрії: сучасні виклики. Збірник наукових праць ІІ Міжнародної науково-практичної конференції (28 квітня 2023 р.). С.38-39.

Олег МИРОНЮК, Галина КРУЛЬ  
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

### ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ

Штучний інтелект (ШІ) стає все більш важливим елементом розвитку різних галузей економіки, включаючи готельно-ресторанну індустрію. Потенціал ШІ безмежний, адже він не тільки підвищує ефективність бізнесу, а й змінює способи, якими гості користуються при отриманні послуг готелів і ресторанів. У цьому контексті важливо розглянути ресурси ШІ та приклади їх використання в готельно-ресторанній індустрії.

Одним із ресурсів штучного інтелекту є аналітика даних. Вже сьогодні системи аналізу даних на основі ШІ дозволяють готелям і ресторанам збирати, аналізувати та використовувати великі обсяги інформації про своїх клієнтів та їх поведінку. Це допомагає виробникам приймати кращі управлінські рішення, а також персоналу підлаштовувати обслуговування під індивідуальні потреби гостей. Використання чат-ботів і віртуальних асистентів на основі ШІ дає змогу покращити обслуговування клієнтів, забезпечуючи швидко й ефективно відповідь на їх запити і потреби. Вони можуть виконувати бронювання, надавати інформацію про послуги та рекомендації для гостей. А персоналізована рекомендаційна система, завдяки ШІ, дозволяє створювати персоналізовані рекомендації для гостей щодо вибору готелю, номера, страви в ресторані тощо, що підвищує рівень задоволення клієнтів і збільшує їх лояльність [4].

У світовому досвіді є низка успішних прикладів використання штучного інтелекту, і це лише початок. Так, система інтернет-бронювання житла "Booking.com" використовує ШІ для рекомендацій, персоналізованих пропозицій і прогнозування попиту, що дозволяє готелям ефективніше управляти своєю наявністю та цінами. Всім відома мережа McDonald's використовує технології штучного інтелекту для оптимізації процесів прийому замовлень та обслуговування клієнтів, зокрема через автоматизовані системи замовлення та оплати. А провідна компанія на ринку готельних послуг Marriott International використовує системи штучного інтелекту для прогнозування попиту на номери, управління цінами, а також для рекомендацій щодо персоналізованих послуг для гостей [6].

До речі, Marriott International – не єдиний великий готельний ланцюг, що активно використовує переваги ШІ. Інший всесвітньо відомий готельний ланцюг Hilton користується штучним інтелектом для аналізу поведінки гостей на їхньому веб-сайті та в мобільному додатку. За допомогою цієї системи вони можуть персоналізувати пропозиції та промоакції для кожного окремого клієнта на основі його історії бронювань та інших персональних даних. Наприклад, якщо клієнт часто бронює готелі у певному місті, Hilton може запропонувати йому спеціальні знижки або пропозиції для цього місця перебування. Мережа InterContinental

Hotels Group (далі – IHG) використовує систему штучного інтелекту для аналізу відгуків гостей та виявлення трендів у їхніх коментарях: якщо багато гостей скаржаться на погану якість Wi-Fi, у готелі вживають низку заходів для покращення інтернет-з'єднання. Також система ШІ допомагає готелям IHG прогнозувати попит на номери та планувати ціни відповідно до попиту. Наступна у переліку – AccorHotels використовує ШІ для автоматизації процесів управління готелями. Наприклад, чат-ботів – для взаємодії з клієнтами через веб-сайт або мобільний додаток, що дозволяє гостям швидко отримувати відповіді на свої запитання та розв'язувати проблеми безпосередньо з додатку. Крім того, Accor застосовує системи прогнозування попиту для оптимізації цін на номери та пакети послуг, щоб забезпечити максимальний дохід від кожного номеру [6].

Проте найуспішніше штучний інтелект використовує Henn-na Hotel. Цей японський готель став всевітньо-відомим завдяки своєму повністю автоматизованому обслуговуванню, яке базується на штучному інтелекті. Роботи реєструють гостей, надають ключі від номерів, а також забезпечують обслуговування в ресторані, що дозволяє готелю ефективно функціонувати з меншою кількістю персоналу та зменшує час очікування для гостей [2].

Створення власного закладу розміщення, чи харчування за допомогою штучного інтелекту звучить як фантастика, проте насправду, він відкриває нові можливості для підприємців, які мріють створити свій власний готель або ресторан. Використання ШІ може значно спростити та оптимізувати процеси від створення концепції закладу до його повсякденної експлуатації. Завдяки використанню штучного інтелекту та роботизації, готельна індустрія може стати більш стійкою під час пандемій, коли контакт з людьми може бути небезпечним. Ці нові технології дозволять гостям насолоджуватися відпочинком, надаючи всі необхідні зручності прямо у номерах готелю, тим самим мінімізуючи необхідність виходити за межі номерів [5].

Системи штучного інтелекту можуть проаналізувати ринок і конкурентні переваги, що допоможе підприємцям розробити унікальну концепцію свого закладу. Алгоритми аналізують дані про попит на певні види ресторанів чи готелів у певній локації, рекомендують оптимальні рішення щодо розміщення та асортименту послуг. Штучний інтелект допомагає в плануванні інтер'єру та дизайну приміщень, враховуючи ергономіку, естетику та функціональність. Алгоритми рекомендують оптимальні розміри приміщень, розташування меблів та освітлення, щоб створити комфортну та привабливу атмосферу для клієнтів.

Штучний інтелект може допомогти в оптимізації управління ресурсами, включаючи персонал і запаси. Системи можуть автоматизувати процеси бронювання, розподіл робочих графіків персоналу, управління запасами та інші аспекти експлуатації закладу, що дозволяє підприємцям зосередитися на стратегічних аспектах бізнесу. Використання штучного інтелекту дозволяє покращити обслуговування клієнтів, забезпечуючи персоналізовані рекомендації, швидкий відгук на запити та потреби клієнтів, а також забезпечуючи зручність у взаємодії через віртуальних асистентів або чат-ботів. Впровадження чат-ботів чи автоматизованих систем обслуговування може змінити спосіб, яким клієнти сприймають взаємодію з закладом і відчують рівень обслуговування. [1]

Розглянемо і інші способи використання ШІ у готельно-ресторанній індустрії, як наприклад, аналітика даних та персоналізація обслуговування. Штучний інтелект у сфері гостинності використовується для аналізу великих обсягів даних про клієнтів, що дозволяє створювати персоналізовані пропозиції та рекомендації. Наприклад, системи можуть аналізувати історію замовлень або взаємодії зі сторінками веб-сайту, щоб рекомендувати клієнтам індивідуальні пакети послуг або страви, які їм можуть сподобатись.

Іншим важливим аспектом впровадження штучного інтелекту є використання чат-ботів і систем розпізнавання мови. Ці технології дозволяють клієнтам легко здійснювати бронювання номерів або столиків у ресторанах через месенджери або голосові асистенти. Вони також можуть відповідати на запитання клієнтів та надавати їм інформацію про доступні послуги.

Штучний інтелект також допомагає в оптимізації робочих процесів у готелях та ресторанах. Наприклад, системи можуть автоматизувати розподіл робочих графіків персоналу з урахуванням прогнозування попиту на послуги. Також вони здатні допомагати в управлінні запасами та іншими ресурсами, зменшуючи витрати та підвищуючи ефективність використання ресурсів.

Одним із важливих аспектів впровадження штучного інтелекту є забезпечення безпеки та захисту персональних даних клієнтів. Системи штучного інтелекту повинні дотримуватися відповідних стандартів безпеки та конфіденційності даних, щоб уникнути порушень та зловживань. З розвитком ШІ також зростає значення захисту даних та приватності клієнтів. Важливо врахувати методи і технології, що використовуються для забезпечення безпеки даних та запобігання кіберзлочинності в готельно-ресторанній галузі.

Впровадження штучного інтелекту в готельно-ресторанній індустрії відкриває безліч нових можливостей для покращення обслуговування, оптимізації робочих процесів та забезпечення конкурентних переваг. Вже сьогодні зрозуміло, що в майбутньому ці технології будуть невід'ємною частиною роботи готелів та ресторанів, сприяючи їхньому подальшому розвитку і підвищенню рівня обслуговування.

Штучний інтелект - це величезний потенціал для подальшого зростання та інновацій. Однією з ключових перспектив є збільшення ролі персоналізації та індивідуалізації обслуговування. ШІ дозволить готелям і ресторанам ще точніше адаптувати свої пропозиції під індивідуальні потреби кожного клієнта, забезпечуючи неперевершену якість обслуговування та підвищуючи рівень задоволення гостей.

Крім того, інтеграція штучного інтелекту з іншими технологіями, такими як розширена реальність (Augmented Reality – AR) та віртуальна реальність (Virtual Reality – VR), може відкрити нові можливості для взаємодії з клієнтами. Наприклад, гості можуть переглядати віртуальні тури готелем чи рестораном перед

бронюванням, щоб отримати чітке уявлення про середовище та послуги. Також AR може бути використана для створення інтерактивних меню з додатковою інформацією про страви або перелік вин, що сприятиме більш осмисленому вибору [3].

Ще однією перспективою є зростання використання аналітики прогнозування. За допомогою штучного інтелекту власники готелів і ресторанів зможуть аналізувати тренди споживання, попит та уподобання клієнтів, щоб уточнити свою пропозицію та забезпечити максимальну ефективність використання ресурсів.

Нарешті, можливим напрямком є подальше розвиток автономних систем управління. Штучний інтелект може бути використаний для створення повністю автоматизованих готелів або ресторанів, де процеси прийому замовлень, обслуговування клієнтів та управління ресурсами будуть повністю автономними і оптимізованими.

### Література

1. Бурак, В. Г. (2020). Інновації: діяльність закладів ресторанного господарства // Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності: Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 26-27 листопада 2020). 21-23. URL: <https://sportscience.ldufk.edu.ua/index.php/trends/article/view/907/878>
2. Матюшенко Р.В. Готель майбутнього // Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі // Матеріали ІХ Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 19-20 травня 2020 р.). Київ : НУХТ, 2020. С. 66.
3. Чаркіна, Т. Ю., Марценюк, Л. В., Задоя, В. О., Пікуліна О. В. (2021). Стратегічні напрями управління готельно-ресторанним бізнесом в умовах кризи. Економіка та держава, (2), 19-23. <http://surl.li/rnpi>
4. Морозова О., Морозов О. Індустрія гостинності: перспективи її розвитку в Україні. Приазовський економічний вісник. 2020. Вип. 2(19). С. 50–58. URL: [http://pev.kpu.zp.ua/journals/2020/2\\_19\\_ukr/12.pdf](http://pev.kpu.zp.ua/journals/2020/2_19_ukr/12.pdf)
5. Jacobs Susan (2022). 10 Trends Impacting the Hospitality Industry. URL: <https://www.smartmeetings.com/tips-tools/74256/top-10-trends-impacting-hospitality-industry>
6. Molina-Castillo, F.-J., Meroño-Cerdán, A.-L., Lopez-Nicolas, C. & Fernandez-Espinar, L. (2023). Innovation and Technology in Hospitality Sector: Outcome and Performance. Business, MDPI, vol. 3(1), pages 1-22. URL: <https://www.mdpi.com/2673-7116/3/1/14/pdf>

Віталій КОВАЛЬ, Ігор НЕСТОРИШЕН  
Хмельницький національний університет

### ОСОБЛИВОСТІ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В ХОРВАТІЇ

В сучасних умовах глобалізації підприємства сфери туризму визначені як вагома ланка розвитку певних регіонів, мобілізації робочих місць, а також слугують певним каталізатором зростання економіки. В цьому контексті економіка підприємств туристичної галузі має тісну кореляцію із економічними, соціальними та політичними процесами в державі. Сьогодні вкрай важливо визначити чинники, що впливають на формування якісного підприємництва в галузі туризму. І саме тут прослідковується взаємозв'язок між макроекономічними досягненнями в державі та економікою підприємств, рівнем знань та компетенцій менеджерів туризму, участь у прийнятті рішень керівників, маркетингова та ринкова орієнтація, диференціація та розвиток туристичної діяльності підприємства. Незважаючи на значну кількість публікацій науковців з питань функціонування туристичної сфери, невирішеними залишаються питання систематизації сучасних тенденцій розвитку індустрії туризму, формування шляхів його розвитку та відновлення з врахуванням досвіду країн щодо реалізації програм «постконфліктного туризму» (Post-conflict tourism). Особливо важливими є досвід інших країн щодо пост-конфліктного періоду.

Зазначимо, Хорватія сьогодні входить до п'ятірки туристичних лідерів Європейського Союзу (у вподобаннях туристів та мандрівників Хорватія посідає лише на одне місце нижче Греції, поступаючись таким країнам як Іспанія, Італія та Франція), а саме через 30 років після здобуття країною незалежності та через чверть століття після переможної війни, країні вдалося увійти до списку лідерів серед найпопулярніших туристичних місць європейського простору (війна Хорватії за незалежність тривала з 1991 по 1995 рік, країна боролася проти агресії об'єднаних великосербських сил – сербських екстремістів у Хорватії, союзної Югославської Народної Армії та Сербії та Чорногорії) (рис. 1).