

## ЗАСТОСУВАННЯ ОСОБИСТІСНО ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ У ВИКЛАДАННІ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ОПІКИ

**Луцак І. В.**

*кандидат фармацевтичних наук,  
викладач вищої кваліфікаційної категорії, викладач-методист  
Житомирський базовий фармацевтичний фаховий коледж  
вул. Чуднівська, 99, Житомир, Україна  
[orcid.org/0000-0002-9986-5383](https://orcid.org/0000-0002-9986-5383)  
[lutsak.iryana@pharm.zt.ua](mailto:lutsak.iryana@pharm.zt.ua)*

**Мельничук Л. В.**

*викладач вищої кваліфікаційної категорії  
Житомирський базовий фармацевтичний фаховий коледж  
вул. Чуднівська, 99, Житомир, Україна  
[orcid.org/0000-0002-5295-4338](https://orcid.org/0000-0002-5295-4338)  
[melnichuk.larysa@pharm.zt.ua](mailto:melnichuk.larysa@pharm.zt.ua)*

**Римарчук К. М.**

*викладач вищої кваліфікаційної категорії, викладач-методист  
Житомирський базовий фармацевтичний фаховий коледж  
вул. Чуднівська, 99, Житомир, Україна  
[orcid.org/0000-0002-1384-702X](https://orcid.org/0000-0002-1384-702X)  
[rymarchuk.klavdiia@pharm.zt.ua](mailto:rymarchuk.klavdiia@pharm.zt.ua)*

### **Ключові слова:**

*психогометричний тест,  
особистість, навчання,  
фармація, фармацевтична  
опіка.*

У статті розкрито питання впровадження особистісно орієнтованого підходу в підготовці майбутніх фармацевтів. Наведено досвід реалізації такого підходу у викладанні професійних дисциплін, зокрема курсу «Фармацевтична опіка». Практична реалізація підходу ґрунтується на виборі необхідних методів і засобів навчання після попереднього тестування здобувачів з допомогою психогометричного тесту за методикою С. Делінгер. У дослідженні взяли участь 133 здобувачі освіти 3-го курсу коледжу. За результатами проведеного тестування розкрито психологічні особливості здобувачів у кожній академічній групі, що сприяло ефективній організації роботи на практичному занятті відповідно до психологічних характеристик студентів. Третина здобувачів у двох групах (303 та 304) надала перевагу «трикутнику». В групах 302 та 305 по 40% студентів вибрали своєю фігурою «коло», а в групі 309 вподобання здобувачів розділилися на рівні 34% між фігурами «коло» і «зигзаг». Отримані дані тестування дозволили викладачам підібрати оптимальні методи роботи зі студентами на практичних заняттях з урахуванням їхніх психологічних типів. Студенти, що вибрали «коло», з більшою охотою відтворювали можливі ситуації в аптеці, «зигзаги» надавали перевагу проведенню презентацій, активно включалися в роботу з висвітлення переваг окремих препаратів, а «трикутникам» комфортно було виконувати завдання, які моделювалися викладачем на місці, без попередньої підготовки. Результати отриманих даних по всьому курсу свідчать, що більшості здобувачів притаманні психологічні характеристики, які є необхідними і бажаними для успішної професійної діяльності в аптеці,

зокрема у разі проведення фармацевтичної опіки (вміння співпереживати, розуміти пацієнта, бути готовим до компромісів, працювати в команді та переконливо доносити важливу інформацію). Запропоновано відмінні ознаки розпізнавання різних психотипів особистості за поведінковими ознаками, що є корисними у налагодженні взаємодії із пацієнтами. Розкрито важливість отриманої інформації в професійній діяльності працівників аптеки задля налагодження ефективної комунікації з відвідувачами та колегами.

## APPLICATION OF PERSONALITY-ORIENTED APPROACH IN TEACHING PHARMACEUTICAL CARE

**Lutsak I. V.**

*Candidate of Pharmaceutical Sciences,  
Lecturer of the Highest Qualification Category, Lecturer-Methodologist  
Zhytomyr College of Pharmacy  
Chudnivska str., 99, Zhytomyr, Ukraine  
orcid.org/0000-0002-9986-5383  
lutsak.iryana@pharm.zt.ua*

**Melnichuk L. V.**

*Lecturer of the Highest Qualification Category  
Zhytomyr College of Pharmacy  
Chudnivska str., 99, Zhytomyr, Ukraine  
orcid.org/0000-0002-5295-4338  
melnychuk.larysa@pharm.zt.ua*

**Rimarchuk K. M.**

*Lecturer of the Highest Qualification Category, Lecturer-Methodologist  
Zhytomyr College of Pharmacy  
Chudnivska str., 99, Zhytomyr, Ukraine  
orcid.org/0000-0002-1384-702X  
rymarchuk.klavdiia@pharm.zt.ua*

**Key words:** *psychogeometric test, personality, education, pharmacy, pharmaceutical care.*

The article reveals the issue of implementing a personality-oriented approach in the training of future pharmacists. The experience of realization of this approach at teaching of professional disciplines, in particular the course “Pharmaceutical care” is resulted. The practical implementation of the approach is based on the choice of the necessary methods and teaching aids after preliminary testing of applicants using a psychogeometric test according to the method of S. Delinger. The study involved 133 third-year college students. According to the results of the testing, the psychological features of the applicants in each academic group were revealed, which contributed to the effective organization of work in the practical classroom in accordance with the psychological characteristics of students. One third of the applicants in the two groups (303 and 304) preferred the “triangle”. In groups 302 and 305, 40% of students chose a “circle” as their figure, and in group 309, the preferences of applicants were divided at 34% between “circle” and “zigzag”. The obtained test data allowed teachers to choose the best methods of working with students in practical classes, taking into account their psychological types. Students who chose the “circle” were more willing to reproduce possible situations in the pharmacy, “zigzags” preferred presentations, were actively involved in highlighting the benefits of individual drugs, and “triangles” were comfortable performing tasks modeled by

the teacher on site, without preliminary training. The results of the data obtained throughout the course show that most applicants have psychological characteristics that are necessary and desirable for successful professional activity in pharmacy, in particular in pharmaceutical care (ability to empathize, understand the patient, be willing to compromise, work in a team and convincingly communicate important information). Distinctive features of recognizing different personality psychotypes by behavioral characteristics, which are useful in establishing interaction with patients, are proposed. The importance of the received information in the professional activity of pharmacy employees in order to establish effective communication with visitors and colleagues is revealed.

**Постановка проблеми.** Останнім часом трансформаційні процеси суспільного життя демонструють гуманістичну орієнтацію у всіх його сферах. Подібні зміни зумовили зміну парадигм і в освітньому процесі, наслідком чого стало активне впровадження особистісно орієнтованого підходу. Відомо, що в його основу закладено принципи індивідуальності, самопізнання, самооцінки та самореалізації кожного студента, який надалі здатний якісно вирішувати професійні завдання [4; 7]. Для фармації це особливо актуально, адже дозволяє полегшити процес підготовки фахівців, які зможуть ефективно діяти у практичній сфері. Як правило, ключовою фігурою у професійній діяльності аптечних закладів є відвідувач зі своїми проблемними питаннями. Для того щоб надати належну фармацевтичну допомогу чи послугу, на сьогодні не досить досконало володіти теоретичним матеріалом. Важливо зрозуміти та вчасно відреагувати на запити відвідувача, беручи до уваги його соціальні, моральні та психологічні особливості. Наведені питання відображені і в переліку загальних та професійних компетентностей, які необхідно сформулювати у здобувача під час навчання в коледжі, зокрема: здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях, використовувати інформаційні та комунікаційні технології, надавати фармацевтичну допомогу (послугу) споживачам лікарських засобів та товарів аптечного асортименту [5]. Це зумовлює необхідність впровадження в освітній процес підготовки студентів-фармацевтів основ психодіагностики та конфліктології, які дозволять досягти поставлених цілей.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Розробці теорії особистісно орієнтованого підходу в педагогіці, його взаємозв'язку з психологією присвячені дослідження В.В. Краєвського, В.Г. Кременя, В.С. Безрукової, Л.П. Качалової, В.О. Слассьоніна, Є.М. Степанова та ін. [7]. Проблематика впровадження такого підходу у фармацевтичній освіті порушувалася у роботах Л.В. Галій, Б.П. Громова, В.А. Загорія, А.В. Кабачної, Л.Г. Кайдалової, А.А. Котвіцької, З.М. Мнушко, В.М. Назаркіної, А.С. Немченко, І.В. Пестун, Л.В. Пляки, М.С. Пономаренка, О.В. Посилкіної, І.В. Сушаріної, Н.В. Тетерич, В.М. Толочка, Т.Ю. Шафранської та ін. [3]. Вивчення питань про цілі і цінності психодіагностичної роботи як

одного зі способів реалізації особистісно орієнтованого підходу трапляються у працях П.Г. Щедровицького, А.В. Фурмана та ін. [10]. Є чимало інформації стосовно активного використання елементів психодіагностики у менеджменті та маркетингу та у фармацевтичній діяльності також [2; 9]. Інформації стосовно інтеграції такого підходу в освітній процесі не досить.

**Мета статті** – поділитися досвідом застосування психогеомерії у разі вивчення курсу «Фармацевтична опіка» з метою оптимального підбору методів і засобів навчання.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Передумовою цієї роботи є те, що психодіагностичний підхід може успішно використовуватися у разі організації різних видів групової роботи, відпрацювання ситуативних завдань тощо. При цьому кожен студент отримує своє завдання з урахуванням характерних рис поведінки і стилю мислення відповідно до свого психологічного портрета, що дозволить проявити свої сильні сторони і сформулювати моделі поведінки на практиці.

Окрім того, ознайомлення студентів з короткою характеристикою типології особистості дозволить краще пізнати себе, допоможе розбиратися в інших, знайти вихід із конфліктної ситуації, а подекуди навіть і попередити його. В процесі дослідження були застосовані методи, такі як аналіз даних наукової літератури, проєктивний метод дослідження особистості С. Деллінгер, метод логічних висновків.

У дослідженні взяли участь студенти 302, 303, 304, 305 та 309 груп (133 студенти) спеціальності 226 «Фармація, промислова фармація», які вивчали курс «Фармацевтична опіка» у 2021 р. На випускному курсі студентам коледжу пропонується курс «Фармацевтична опіка», під час вивчення якого розглядаються принципи надання консультативної допомоги, здійснення вибору оптимального лікарського препарату з урахуванням клінічної ситуації та індивідуальних особливостей хворого в межах концепції відповідального самолікування з дотриманням вимог належних фармацевтичних практик.

Психогеомеричний тест – проєктивна методика дослідження особистості, яка була розроблена Сьюзан Деллінгер у 1978 році. З 1991 року такий тест почав використовуватися у системі

підготовки менеджерів. Це досить проста і наочна методика, яка не потребує особливих зусиль на її запам'ятовування і практичне застосування [1].

Згідно з інструкцією методики, респондент ранжує п'ять типів фігур (квадрат, трикутник, правильний чотирикутник, коло та зигзаг) за ступенем привабливості. Досліджуванним пропонувалося уважно подивитися на фігури і протягом 10 секунд на аркуші папера записати назву або обвести колом ту з фігур, яка першою привернула увагу і з якою студент себе асоціює. Вона і визначала основні домінуючі риси характеру та особливості поведінки особистості. Перша фігура, вибрана респондентом, допомагає визначити переважаючі риси характеру, модель поведінки і стиль життя. Під час тестування акцентувалася увага, що в ході спостереження ми отримуємо інформацію не стільки про тип особистості, скільки про звичні для людини настанови і способи поведінки, і що результат оцінюється на поточний момент (психометричний тест працює «тут і зараз»), а не протягом всього життя. Інтерпретацію результатів дослідження здійснювали у співставленні геометричних фігур з відповідними розгорнутими психологічними характеристиками форм особистості. Інші фігури, які привернули увагу досліджуваних, нумерувалися (або записувалися) в порядку зменшення важливості. Вони є своєрідними модуляторами, які можуть позначити провідну форму поведінки досліджуваного [8].

Після цього студентам було надано розгорнуту інформацію про психологічний портрет людини відповідно до кожної фігури. Практично всі студенти погодилися з озвученими характеристиками. Виходячи із результатів дослідження, з'ясовано, що у групах 303 та 304 найбільш привабливою фігурою для 33,5% та 30% студентів відповідно виявився «трикутник». У 302 групі 42% студентів, а у групі 305 44% опитаних фігуру-лідер позначили «коло». В 309 групі вподобання студентів рівномірно розподілилися між двома фігурами – «коло» і «зигзаг» однаково по 34%.

Отримані результати є досить інформативними і корисними для викладача, який лише розпочи-

нає роботу в академічній групі, у разі вивчення професійно-орієнтованого предмета з метою підвищення мотивації вивчення такої дисципліни та раціонального використання часу на занятті. Зі сторони викладача стосовно студентів формується доброзичливе ставлення, вміння підтримати студента морально і практично, вселити віру в успіх з подоланням тимчасових труднощів. В подальшому, керуючись отриманими результатами психометричного тестування, викладачі доручали різні види завдань студентам залежно від їхнього психотипу.

Студенти-«коло» успішно долучалися до моделювання ситуацій з урегулюванням конфліктних ситуацій, зокрема, вдало і з легкістю їм вдавалося розігрувати ситуації з необхідністю порекомендувати препарати з високою ціною доступності та подоланням різноманітних заперечень. Це пояснюється тим, що їм властиві легкість у спілкуванні, налагодженні комунікації і вирішенні конфліктних ситуацій, вони з легкістю готові йти на компроміси задля збереження взаємин. Вони здатні співчувати співрозмовнику та розуміти його, що чітко простежувалося під час виконання практичних завдань.

«Зигзагам» властиве бажання організувати всіх навколо себе, пропагувати свої ідеї, вони не завжди готові до компромісів, у конфліктних ситуаціях здатні загострювати їх, щоб просунути свою концепцію. Таким студентам більше подобалося готувати та проводити презентації своєї роботи, додаючи до неї елементи творчості та креативізму.

«Трикутників» включали у склад малих груп під час роботи із ситуаційними завданнями, долучали до вирішення організаційних питань з розподілу обов'язків під час заняття, вони брали участь у рольових іграх (без попередньої підготовки) на задану тематику. Як правило, «трикутникам» притаманні виражені лідерські якості. Це досить часто вольові, впевнені, енергійні люди, здатні швидко аналізувати ситуацію, приймати рішення, подекуди ризикувати, вміють ставити цілі і досягати їх.

Студентам-«квадратам» пропонувалося проведення дослідницької роботи або виконання завдань з детального аналізу ситуації. На прак-

Таблиця 1

## Кількісне співвідношення вибраних геометричних фігур студентами

№ з/п	Група	Трикутник	Квадрат	Коло	Прямокутник	Зигзаг
1.	302	4	3	10	1	6
2.	303	8	2	7	0	7
3.	304	8	5	5	2	6
4.	305	6	2	12	3	4
5.	309	7	1	11	2	11
Всього		33 24,8%	13 9,8%	45 33,8%	8 6%	34 25,6%

тиці відзначалася скрупульозність у виконанні такого виду завдань, до того ж мало місце змістовне оформлення таблиць та акуратне ведення записів у робочому зошиті цих студентів. Адже «квадрати» – витривалі, терплячі, методичні, символізують старанність, працьовитість, усі справи доводять до кінця. Люблять порядок, уважні до деталей і дрібниць, проте поступаються в питаннях оперативності вирішення завдань.

Зі студентами-«прямокутниками», яких у кожній групі виявилось дуже мало, проводилася індивідуальна робота у вигляді спілкування-опитування. Їм пропонувалися нетипові ситуаційні завдання, які потребували нестандартного вирішення з дотриманням вимог наказів та настанов. Згідно з психологічною характеристикою, «прямокутники» символізують динамічність, постійний рух і зміни. Досить часто їх не влаштовує той спосіб і порядок дій, який існує на поточний момент, і вони прагнуть його змінити. Намагаються робити те, чого ніколи раніше не робили, відкриті до нових ідей, цінностей, способів мислення, легко засвоюють усе нове. При цьому яскраво вирізняються такі їх риси, як сміливість, допитливість, активний інтерес до всього, що відбувається на занятті. Однак ними легко маніпулювати.

Загалом, аналізуючи вибір обраних фігур по всьому курсу, зберігається тенденція вподобаних фігур-лідерів, як і в окремих групах: 33,8% – «коло», 25,6% – «зигзаг» і 24,8% – «трикутник». Можна стверджувати, що більшість студентів випускного курсу наділені важливими психологічними рисами, які вкрай важливі для їхньої майбутньої професії. Адже вміння розуміти та співпереживати, бути готовими до компромісу з колегами та відвідувачами («коло»), вміти переконливо доносити інформацію до відвідувача («зигзаги»), бути енергійними, швидко аналізувати ситуацію і бути готовим до прийняття рішень («трикутник») є важливими рисами працівників аптеки. Своєю чергою важливо також і вміти налагоджувати співпрацю зі своїми колегами та відвідувачами, формувати як власний позитивний імідж, так і свого закладу. Для цього важливо вміти розпізнавати психологічні типи відвідувачів аптеки. Переважно така компетентність формується в результаті тривалої практичної діяльності та набуття певного життєвого досвіду, і досить часто призводить до появи ознак розчарування у професії та професійного вигоряння навіть у молодих фахівців. З метою попередження зазначених наслідків важливо правильно налагодити комунікативний складник у професійній діяльності. Під час відпуску

лікарського засобу чи проведення консультації фармацевту слід орієнтуватися на психологічний тип відвідувача та вдало побудувати діалог чи подальшу співпрацю. На цьому шляху корисними стануть вміння розпізнавати відвідувачів за приналежністю до основних психогіометричних фігур. Такий підхід активно впроваджений у маркетингову діяльність багатьох компаній, у тому числі фармацевтичних, ґрунтується на оцінюванні купівельної поведінки відвідувача і дозволяє забезпечити умови для формування стратегії і тактики спілкування. Водночас представлена інформація допомагає уникнути небажаної взаємодії з типами особистості, з якими наявні труднощі у комунікації для конкретного працівника. На такі особливості вказувала остання фігура в пронумерованому списку вибраних фігур. Певною мірою це дозволить вчасно уникати конфліктів та конструктивно реагувати у напружених ситуаціях. Основні поведінкові ознаки відвідувачів за приналежністю до певної геометричної фігури показано в таблиці 2. Представлена інформація допомагає визначити форму особистості співрозмовника, сформулювати певний сценарій його поведінки, поліпшити взаємодію (в тому числі і всередині академічної групи, професійного колективу), свідомо сприймаючи свою поведінку [6]. Для студентів це актуально, оскільки психологічно допоможе підготуватися та побудувати майбутню комунікацію, не створюючи розчарувань та невпевненості у власних силах.

**Висновки** та перспективи подальших розробок у цьому напрямку. У педагогічній діяльності психогіометрична діагностика як один зі засобів реалізації особистісно орієнтованого підходу є ефективним способом виявлення індивідуально-психологічних особливостей студентів і допомагає в ефективній організації різних форм навчальної діяльності. На прикладі використання психогіометричної діагностики на практичних заняттях курсу «Фармацевтична опіка» викладачам вдалося систематизувати і наочно оформити уявлення про студентів та організувати подальшу діяльність з використанням методів, які максимально розкривають потенціал кожного студента, підібравши ефективні способи організації роботи в групі. Для самого здобувача отримана інформація є корисною для розширення власного самопізнання та подальшого використання у професійній діяльності. Цікавими будуть наукові розробки стосовно простеження динаміки зміни психологічної приналежності за таким видом тестування впродовж усього навчання в коледжі та реалізації подібних підходів у разі вивчення інших дисциплін.

Таблиця 2

## Відмінні ознаки відвідувачів основних психометричних фігур

Основна форма особистості	Відмінні ознаки відвідувача
Людина-«квадрат»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– діловий зовнішній вигляд, одяг консервативний;</li> <li>– вираз обличчя зазвичай похмурий, непроникливий;</li> <li>– рухи уповільнені, до препарату одразу не доторкнеться чи покаже зацікавленість;</li> <li>– ставить дуже конкретні питання з метою з'ясування подробиць, що стосуються потрібного препарату;</li> <li>– серед першочергових питань буде питання про ціну (якщо вона не зазначена на упаковці);</li> <li>– високо цінує демонстрацію товару в дії;</li> <li>– негативно реагує на тактику «наполегливого наміру продати»;</li> <li>– як правило, одразу нічого не купує, йому необхідний час, щоб подумати і порівняти пропозиції з аналогічними в інших аптеках.</li> </ul>
Людина-«трикутник»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– одяг дорогий, модний, відповідає ситуації, однак носить його недбайливо;</li> <li>– рухи спокійні, плавні, упевнені, виглядає так, наче була тут раніше;</li> <li>– у поведінці некваплива, однак усім своїм виглядом показує, що її час дорого коштує і вона не має наміру витратити його марно;</li> <li>– погляд проникливий, все помічає;</li> <li>– швидко встановлює контакт, миттєво оцінює ситуацію та миттєво реагує;</li> <li>– розмову веде коротко, в якій запитання здаються випадковими, нагадують думки, що прийшли в голову надто пізно;</li> <li>– не схильна витратити час на зайві питання, перевагу віддає розповіді про препарат;</li> <li>– створює враження влади над людьми, полюбляє багатьох недосвідчених працівників пригнічувати своєю персоною.</li> </ul>
Людина-«прямокутник»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– може бути одягнута як представник будь-якої з чотирьох форм особистості (за настроєм), можлива неохайність в одязі;</li> <li>– погано вписується у ситуацію, не в ладу із собою і це віддзеркалюється на всьому, що робить;</li> <li>– веде себе боязко, сором'язливо, невпевнено, не демонструючи бажання придбати щось конкретне;</li> <li>– може зробити декілька «заходів» раніше ніж почне розмову про намір придбати щось;</li> <li>– не уважно слухає відповіді на свої запитання, може перервати відповідь запитанням, яке не стосується суті звернення;</li> <li>– якщо вибір засобів чималий, перескакує від одного до іншого;</li> <li>– може скласти враження, що їй подобається чи підходить запропонований засіб, однак вони одразу може стати байдужою чи навіть критично настроєною (через мінливість настрою).</li> </ul>
Людина-«коло»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– часто першою встановлює контакт, приємно посміхаючись, роздає компліменти і т.п.;</li> <li>– не поспішає у прийнятті рішення про придбання чогось. Для неї це важлива подія, змістовним центром якої є спілкування з іншими;</li> <li>– може почати розмову чи обмінюватися репліками з іншими відвідувачами, обговорювати з ними препарати, в т.ч. і погоду;</li> <li>– рідко приходить одна, полюбляє приходити із членами сім'ї чи друзями, часто робить покупки на прохання друзів чи знайомих;</li> <li>– крім запитань про препарат, ставить питання особистого характеру. У момент ухвалення рішення про покупку, як правило, припиняє спілкування й на час замовляє.</li> </ul>
Людина-«зигзаг»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– зовні виглядає неакуратною і неохайною, що може не відповідати положенню та статусу. Інколи може мати місце орієнтація на супермоду;</li> <li>– завжди кудись поспішає, складається враження, що випадково «забігла» у вашу аптеку і вже повинна спішити далі до більш важливої мети;</li> <li>– швидкі рухи та розмови, скачки від одного запитання до іншого, фармацевт не встигає відповісти на одне запитання як від нього вже чекають відповіді на інше;</li> <li>– швидко і відверто, без усякої незручності, оцінює запропонований препарат та стан ваших справ;</li> <li>– у момент ухвалення рішення уникає спілкування і ніби занурюється у себе.</li> </ul>

## ЛІТЕРАТУРА

1. Бельська Н.А. Інформаційні можливості тесту «Психогеометрія-2М» у психологічному консультуванні (додаток до тесту С. Деллінджер «Психогеометрія»). *Виховання та розвиток обдарованої особистості*. 2013. № 8–9 (15–16). С. 200–205.
2. Галія І.М. Психодіагностика : навчальний посібник. 2-ге вид. Київ : Академвидав, 2011. 464 с.
3. Горяча Л.О., Прокопенко Т.С., Нессонова М.М. Результати впровадження особистісно орієнтованого навчання в підготовку фахівців фармації. *Управління, економіка та забезпечення якості в фармації*. 2020. № 2 (62). С. 4–11. DOI: 10.24959/uekj.20.5.
4. Дубова Л.І., Бублій Т.Д. Особистісно орієнтований підхід до розвитку компетентності студентів на кафедрі терапевтичної стоматології. *Удосконалення якості підготовки лікарів у сучасних умовах* : мат. наук.-практ. конф. з міжн. участю. 25 березня 2016 р., Полтава, 2016. С. 71. URL: [http://repository.pdmu.edu.ua/bitstream/123456789/4837/1/The\\_personal-oriented\\_approach\\_to%20\\_the\\_development%20.pdf](http://repository.pdmu.edu.ua/bitstream/123456789/4837/1/The_personal-oriented_approach_to%20_the_development%20.pdf) (дата звернення: 24.01.2022).
5. Освітньо-професійна програма «Фармація» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. КВНЗ «Житомирський базовий фармацевтичний коледж». 2017. С. 13. URL: [https://drive.google.com/drive/folders/1FLVq078Rrq3a8DG\\_MeLY8FeFpjDycAxH](https://drive.google.com/drive/folders/1FLVq078Rrq3a8DG_MeLY8FeFpjDycAxH) (дата звернення: 24.01.2022).
6. Прокопенко О.В. Поведінка споживачів : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 176 с.
7. Професійна педагогічна освіта: особистісно орієнтований підхід : монографія / за ред. О.А. Дубасенюк. Житомир : Вид-во ЖДУ імені І. Франка, 2012. 436 с.
8. Психогеометричний тест С. Делінгер (адаптація А.А. Алексєєва, Л.А Громова). *Сучасна фармація*. URL: <https://www.modern-pharmacy.com.ua/psihogeometricheskij-test-s-dellinger-adaptatsiya-a-a-alekseeva-l-a-gromovoj> (дата звернення: 04.02.2022).
9. Психогеометрія личности. Кто я? Рецепти аптечних продажів. 2015. URL: <https://www.rap.in.ua/psihogeometryua-lychnosty-kto-ya/> (дата звернення: 04.02.2022).
10. Фурман А.В. Психодіагностика особистісної адаптованості. Тернопіль : Екон. думка, 2000. 197 с.

## REFERENCES

1. Belska, N.A. (2013). Informatsiini mozhlyvosti testu "Psykhoheometriia-2M" u psykhologichnomu konsultuvanni (dodatok do testu S. Dellinger "Psykhoheometriia") [Information possibilities of the test "Psychogeometry-2M" in psychological counseling (supplement to the test S. Dellinger "Psychogeometry")]. *Vykhovannia ta rozvytok obdarovanoi osobystosti*. Vol. 8–9 (15–16). Pp. 200–205.
2. Halian, I.M. (2011). *Psykhodiahnostyka* [Psychodiagnostics]: navchalnyi posibnyk. 2-he vyd. Kyiv: Akademvydav. 464 s.
3. Horiacha, L.O., Prokopenko, T.S., Nessonova, M.M. (2020). Rezultaty vprovadzhennia osobystisno oriientovanoho navchannia v pidhotovku fakhivtsiv farmatsii [The results of the introduction of personality-oriented training in the training of pharmacy specialists]. *Upravlinnia, ekonomika ta zabezpechennia yakosti v farmatsii*. Vol. 2 (62). Pp. 4–11. DOI: 10.24959/uekj.20.5.
4. Dubova, L.I., Bublil, T.D. (2016). Osobystisno oriientovanyi pidkhd do rozvytku kompetentnosti studentiv na kafedri terapevtychnoi stomatolohii [Personality-oriented approach to the development of students' competence at the Department of Therapeutic Dentistry]. *Udoskonalennia yakosti pidhotovky likariv u suchasnykh umovakh: mat. nauk.-prakt. konf. z mizhn. uchastiu*. (Marth 25, 2016), Poltava, p. 71. Retrieved from: [http://repository.pdmu.edu.ua/bitstream/123456789/4837/1/The\\_personal-oriented\\_approach\\_to%20\\_the\\_development%20.pdf](http://repository.pdmu.edu.ua/bitstream/123456789/4837/1/The_personal-oriented_approach_to%20_the_development%20.pdf) (Last accessed: 24 January 2022).
5. Zhytomyr College of Pharmacy (2017). *Osvitno-profesiina prohrama "Farmatsiia" dlia pershoho (bakalavrskoho) rivnia vyshchoi osvity* [Educational and professional program "Pharmacy" for the first (bachelor's) level of higher education]. S. 13. Retrieved from: [https://drive.google.com/drive/folders/1FLVq078Rrq3a8DG\\_MeLY8FeFpjDycAxH](https://drive.google.com/drive/folders/1FLVq078Rrq3a8DG_MeLY8FeFpjDycAxH) (Last accessed: 04 February 2022).
6. Prokopenko, O.V. (2008). *Povedinka spozhyvachiv* [Consumer behavior]: navchalnyi posibnyk. Kyiv: Tsentri uchbovoi literatury. 176 s.
7. Profesiina pedahohichna osvita: osobystisno oriientovanyi pidkhd: monohrafiia [Professional pedagogical education: personality-oriented approach] / za red. O.A. Dubaseniuk. Zhytomyr: ZhDU imeni I. Franka, 2012. 436 s.
8. Psykhoheometrychnyi test S. Delinher (adaptatsiia A.A. Aliksieieva, L.A Hromova) [Psychogeometric test by S. Delinger (adaptation by A.A. Alekseev, L.A. Gromov)]. *Suchasna farmatsiia*. Retrieved from: <https://www.modern-pharmacy.com.ua/psihogeometricheskij-test-s-dellinger-adaptatsiya-a-a-alekseeva-l-a-gromovoj> (Last accessed: 04 February 2022).
9. Psykhoheometryria lychnosty. Hto ya? [Psychogeometry of personality. Who am I?]. *Retsepty aptechnykh prodazhiv*. 2015. Retrieved from: <https://www.rap.in.ua/psihogeometryua-lychnosty-kto-ya/> (Last accessed: 04 February 2022).
10. Furman, A.V. (2000). *Psykhodiahnostyka osobystisnoi adaptovanosti* [Psychodiagnostics of special adaptation]. Ternopil: Ekon. dumka. 197 s.