

KOMPULSYVUS POTRAUKIS PIRKTI: MAŽAI ŽINOMAS SUTRIKIMAS GRETA MŪSŲ

RYTIS LEONAVIČIUS¹, VIRGINIJA ADOMAITIENĖ¹, VIKTORIJA MARCINKEVIČIENĖ²

¹Lietuvos sveikatos mokslų universiteto Psichiatrijos klinika, ²Kauno kolegija

Raktažodžiai: *kompulsyvus potraukis pirkti, oniomanija, gyvenimo kokybė, pataloginis pirkimas, potraukių sutrikimai.*

Santrauka

Kompulsyvus potraukis pirkti – retai diagnozuojamas Lietuvoje sutrikimas. Vis dėlto JAV mokslininkai teigia, kad 3-8 proc. jų populiacijos šis sutrikimas yra diagnozuojamas. Dėl vis dar nenusistovėjusio šio sutrikimo priskyrimo obsesiniams – kompulsiniams, potraukių ar impulsų kontrolės sutrikimams Lietuvoje nėra išsamesnių tyrimų, susijusių su šio sutrikimo sociodemografinėmis charakteristikomis. Tačiau mūsų atliktas bandomasis tyrimas parodė, kad „patologinio apsipirkimo“ epizodai nėra jau tokie mums nesuprantami ir svetimi. Mūsų ištirti 18 – 27 m. amžiaus studentai nurodė, kad beveik trečdaliui iš jų bent kartą gyvenime yra pasireiškusi nenumaldoma pagunda ką nors pirkti, susijusi su palengvėjimo jausmu po apsipirkimo ir patvirtinimo, kad įsigyti daiktai/daiktas yra visiškai nereikalingi.

Kompulsyvus potraukis pirkti paminėtas jau daugiau nei prieš 100 metų, tačiau išsamesni jo tyrimai pasaulyje trunka tik kelis dešimtmečius. Lietuvoje šis sutrikimas retai diagnozuojamas, todėl duomenų apie jo pasireiškimo ypatumus stokojama. Mūsų tyrimo tikslas - įvertinti oniomanijos epizodo paplitimo sociodegrafines charakteristikas ir jų sąsajas su gyvenimo kokybe tarp Kauno kolegijos studentų. Tyrimui buvo taikomas anoniminis sociodemografinis anketavimo metodas (lytis, amžius, gyvenamoji vieta, šeimininė padėtis, pajamos, oniomanijos pasireiškimo dažnis per gyvenimą, ar oniomanijos epizodas trukdė gyvenimo kokybei). Tyrime dalyvavo 148 respondentai (59,5 proc. moterų, tiriamųjų amžiaus vidurkis – 22,7 m., vyrų ir moterų grupės pagal amžiaus vidurkį buvo vienalytės). Nustatyta, kad daugiau nei trečdaliui respondentų bent vieną kartą gyvenime yra pasireiškęs kompulsyvaus potraukio pirkti epizodas. Nei vienas respondentas nenurodė, kad oniomanijos epizodas jam pasireiškia

šiuo metu. Išvados: oniomanijos epizodo pasireiškimas buvo susijęs su moteriška lytimi, jaunesniu amžiumi, vienišumu, gyvenimu mieste ir didesnėmis pajamomis. Jis reikšmingai dažniau trukdė vyresnių, turinčių šeimą, mieste gyvenančių ir didesnes pajamas gaunančių vyrų gyvenimo kokybę.

ĮVADAS

Kompulsyvaus potraukio pirkti – arba oniomanijos – pavadinimas kilęs iš graikiškų žodžių „ὄνιος - onios“ – pirkimas ir „μανία - mania“ – beprotybė [1]. Angliškoje literatūroje sutinkami ir kitokie, labiau šiuolaikiški šio sutrikimo apibūdinimai – „compulsive shopping“, „shopping addiction“, „shopaholism“, „compulsive buying“, kas rodo vis dar nenusistovėjusią ne tik šio sutrikimo klasifikaciją, bet ir jo įvardinimą [2,3]. Kompulsyvus potraukis pirkti - tai elgesio sutrikimas (neadaptivaus elgesio rūšis), pasireiškiantis kaip nenumaldomas poreikis pirkti dažniausiai visiškai nereikalingus daiktus [4,5]. Skirtingos psichiatrų mokyklos vis dar nėra vieningai sutarę dėl tikslių šio sutrikimo kriterijų, tačiau šiuo metu laikomasi principo, kad oniomaniją galima diagnozuoti tuomet, kai kompulsyvus potraukis pirkti yra lydymas prodrominio įtampos periodo, nesugebėjimo atsispirti pagundai pirkti būsenos bei palengvėjimo, atlikus veiksmą, epizodo [6]. Šis sutrikimas sukelia asmenybei nepageidaujamas pasekmes, reikšmingai veikia asmens gyvenimo kokybę ir gali tapti net suicidinių ketinimų priežastimi [7,8].

Besaikis ir beprasmis Romos imperijos imperatorių ir patricijų pinigų švaistymas siekiant momentinio malonumo aprašytas jau Tacito. Istorikai mini tokio elgesio epizodus aprašydami Prancūzijos, Anglijos, Austrijos – Vengrijos kilmingųjų gyvenimus. Tačiau kaip psichiatrinė kategorija nenumaldomas potraukis pirkti aprašytas tik prieš 100 metų Kraepelin'o (1915) ir Bleuler'io (1924), išsamiau oniomanija susidomėta tik prieš 15 – 20 metų [9,10]. Šiandien galvojama, kad oniomanija yra tipinė vakarietiškos kultūros dalis, glaudžiai susijusi su visais šiuolaikinio biznio komponentais: reklama, pirkimu internetu, pardavimo akcijomis, marketingu, viešaisiais ryšiais, pirkimo kultūros ir nuomonės formavimu, kibernetine visuomene, moda ir t.t. [11,12]. Bulvariniuose ir trumpalaikiuose leidiniuose

se nuolatos šmėkščioja populiarioji informacija apie šou, verslo, meno, sporto žvaigždžių gyvenimą, nuolatos papildomą oniomanijos epizodų. Ir nors šiandieninei visuomenei kompulsyvus potraukis pirkti yra suprantamas, nekelia netikėtumo jausmo, yra „priimtinas“, reikšmingų šio sutrikimo mokslinių tyrimų vis dar stokojama [13,14].

Manoma, kad JAV šis sutrikimas pasireiškia 3-8% visuomenės narių, kurių 80% sudaro moterys [15,16]. Neretai oniomanija lydi komorbidinių nuotaikos, nerimo, psichikos ir elgesio sutrikimų vartojant psichoaktyvias medžiagas, valgymo bei asmenybės sutrikimų [17,18]. Oniomanijos klasifikacija taip pat nėra nusistovėjusi - skirtingos psichiatrų tradicijos skirtingai interpretuoja oniomanijos prigimtį [19]. Vieni ją sieja su obsesiniais – kompulsiniais, kiti – su impulsų kontrolės ir potraukių sutrikimais [20]. Kadangi manoma, kad oniomanija – jaunų žmonių liga, o Lietuvoje trūksta tyrimų, susijusių su oniomanijos pasireiškimu ir ypatumais, 2011 m. apklausėme Kauno kolegijos studentus, ar jiems kada nors gyvenime yra pasireiškęs patologinio potraukio pirkti epizodas.

Tyrimo tikslas – įvertinti oniomanijos epizodo paplitimo sociodemografinės charakteristikas ir jų sąsajas su gyvenimo kokybe tarp Kauno kolegijos studentų.

TYRIMO OBJEKTAS IR METODAS

Tyrime dalyvavo 148 respondentai (18 - 27 metų amžiaus), moterys sudarė 59,5 proc. respondentų. Tiriamųjų amžiaus vidurkis 22,7 m. (standartinis nuokrypis – 3,21 m.), 95 proc. pasikliautinis intervalas (PI) 19,71 – 25,47, vyrų ir moterų grupės pagal amžiaus vidurkį buvo vienalytės. Taikytas metodas: anoniminis sociodemografinis klausimynas (lytis, amžius, gyvenamoji vieta, šeimyninė padėtis, uždarbis – iki 1000 lt/mėn., daugiau nei 1000 lt/mėn., oniomanijos epizodo pasireiškimų dažnis (niekada nepasireiškė, pasireiškė 1 kartą gyvenime, pasireiškė 2-5 kartus gyvenime, pasireiškė 6 ir daugiau kartų gyvenime, pasireiškia nuolatos), ar oniomanijos epizodas neigiamai veikia/veikė respondento gyvenimo kokybę.

Tyrimų duomenų analizė atlikta LSMU Informaci-

nių technologijų centre, naudojant SPSS 15.0 versijos for Windows (licencijos Nr. 9582494) statistinę programą. Nagrinėjami požymiai pacientų grupėse aprašyti pagal bendrosios statistikos padėties, išsibarstymo ir simetrijos kriterijus. Kiekybiniai požymiai vertinti skaičiuojant aritmetinį vidurkį ir standartinę paklaidą. Esant skirstinio asimetrijai apskaičiuota mediana. Tikrinant statistines hipotezes, reikšmingumo lygmuo pasirinktas 0,05. Kokybinių požymių tarpusavio priklausomumui vertinti imtas tikslus χ^2 (parametriniams vidurkiams) ir Z (neparametrinėms vidutinėms reikšmėms) kriterijai. Vidurkių lygybės hipotezei tikrinti taikytas Student'o *t* kriterijus. Veiksmų tarpusavio ryšiams vertinti buvo naudotas daugiaveiksnių logistinės regresijos metodas. Analizuojant nepriklausomų veiksmų ryši su priklausomu veiksmu skaičiuotas šansų santykis (ŠS) ir jų 95 proc. PI. Veiksnyms laikytas reikšmingu, jei ŠS 95 proc. PI minimali ir maksimali reikšmės buvo mažesnės ar didesnės už 1.

Nustatyta, kad vienkartinis kompulsyvaus pirkimo epizodas buvo pasireiškęs 16,2 proc. respondentų, 2-5 kartus per gyvenimą – 14,2 proc., o daugiau nei 5 kartus – 5,4 proc. respondentų. Nei vienas respondentas neįvardijo, kad tokie epizodai būna nuolatos.

Daugiaveiksnių logistinės regresijos metodu įvertintas oniomanijos epizodo ir sociodemografinių charakteristikų ryšys (1 lentelė).

Priklausomas veiksnys – oniomanijos epizodas yra/ nėra (0/1).

Nustatyta, kad galimybė pasireikšti oniomanijos epizodui reikšmingai didesnė vienišoms, jaunesnėms (≤ 20 m.) miestietėms moterims, uždirbančioms daugiau (>1000 Lt).

Daugiaveiksnių logistinės regresijos metodu įvertintas oniomanijos epizodo ryšys su gyvenimo kokybe (2 lentelė).

Priklausomas veiksnys – oniomanijos epizodas trukdo gyvenimo kokybei – taip/ne (0/1)

Tyrimu nustatyta, kad oniomanijos epizodas reikšmingai dažniau trukdė gyvenimo kokybei vyresniems (>20 m.) miestiečiams vyrams, turintiems šeimą ir uždirbantiems daugiau (>1000 Lt).

1 lentelė. Oniomanijos epizodo ir sociodemografinių veiksmų ryšys

Nepriklausomi veiksniai		ŠS (Exp.B)	95 proc. PI	
			Mažiausia reikšmė	Didžiausia reikšmė
Lytis	Moteris	3,127	1,972	5,643
	Vyras	1,00		
Amžius	≤ 20 m.	1,52	1,322	4,686
	>20 m.	1,00		
Gyvenamoji vieta	Miestas	2,71	1,511	3,951
	Ne miestas	1,00		
Šeima	Vienišas	3,27	1,984	5,968
	Turi šeimą	1,00		
Uždarbis	>1000 Lt/mėn.	5,22	2,578	8,179
	≤ 1000 Lt/mėn.	1,00		
Konstanta		0,003		

2 lentelė. Oniomanijos epizodo ir gyvenimo kokybės ryšys

Nepriklausomi veiksniai		ŠS (Exp.B)	95 proc. PI	
			Mažiausia reikšmė	Didžiausia reikšmė
Lytis	Vyras	4,222	2,441	8,119
	Moteris	1,00		
Amžius	>20 m.	2,543	1,544	6,551
	≤ 20 m.	1,00		
Gyvenamoji vieta	Miestas	3,214	1,891	7,194
	Ne miestas	1,00		
Šeima	Turi šeimą	5,55	2,848	8,998
	Vienišas	1,00		
Uždarbis	>1000 Lt/mėn.	1,74	1,278	4,915
	≤ 1000 Lt/mėn.	1,00		
Konstanta		0,000		

REZULTATŲ APTARIMAS

Paskutinius keletą dešimtmečių dėl augančio susidomėjimo oniomanija regimas vis didesnis mokslinių straipsnių, analizuojančių šio sindromo paplitimą ir įvairias klininkines bei sociodemografines jo charakteristikas, augimas. JAV mokslininkai L.M. Koran, R.J. Faber ir kt. apžvelgė daugiau nei 80 tyrėjų rezultatus ir nustatė, kad, skirtingais duomenimis, skirtingi autoriai oniomanijos paplitimą vertina labai netolygiai. Vien JAV galima rasti autorių, nurodančių šio sindromo pasireiškimo dažnį svyruojant nuo 1,8 iki 16 proc. populiacijos. Koran ir kt. telefoninės apklausos metodu atliko tyrimą, norėdami įvertinti patologinio potraukio pirkti charakteristikas. Mokslininkų nuomone, ištyrus 2513 suaugusių respondentų, oniomanijos paplitimo dažnis sudarė 5,8 proc. ir reikšmingai nesiskyrė pagal lytį: 5,5 proc. vyrų ir 6 proc. moterų teigė turintys problemų, susijusių su pataloginiu apsipirkinėjimu. Jų tyrimo metu nustatyta, kad oniomanijos epizodo pasireiškimas dažniau buvo susijęs su jaunesniu amžiumi ir didesnėmis (daugiau nei 50 000 JAV dolerių per metus) pajamomis [21]. Mūsų bandomojo tyrimo metu buvo analizuojama tik Kauno kolegijoje studijuojančių respondentų grupė, nes tyrimo metu rėmėmės prielaida, kad oniomanija dažniau pasireiškia jaunesnio amžiaus respondentams. Skirtingai nei amerikiečių mokslininkai, mes nekėlėme sau uždavinio nustatyti kompulsyvaus potraukio pirkti paplitimą populiacijoje, o norėjome atkreipti dėmesį, kad tokia problema egzistuoja, yra pažįstama mūsų jaunimui ir jai skiriama nepakankamai tiek socialinio, tiek kultūrinio, tiek klinikinio dėmesio. Tiriamieji nenurodė, kad šiuo metu bent kuris iš jų būtų jautęs nenumaldomo potraukio pirkti simptomus, tačiau praeityje daugeliui tiriamųjų toks epizodas yra buvęs. Mūsų tyrimo duomenys rodo, kad šis sindromas reikšmingai dažniau buvo susijęs su moteriška lytimi, tuo tarpu amerikiečių mokslininkai tokių skirtumų savo tyrime nenurodė. Abiejų tyrimų metu nustatyta, kad šis sindromas dažniau pasireiškė didesnes pajamas turintiems ir jaunesniems respondentams. 2007 m. parengtoje oniomanijos tyrimų apžvalgoje D.W. Black nurodo, kad oniomanijos paplitimas JAV svyruoja nuo 3 iki 8 proc. populiacijos ir vidutiniškai pasireiškia kas dvidešimtam amerikiečiui, tai pilnai atitinka Koran pateiktus duomenis [22]. Tačiau Black nurodo, kad kompulsyvus potraukis pirkti reikšmingai dažniau (net 80 proc.) pasireiškia moterims. Reikšmingas sąsajas su moteriška lytimi atspindi ir mūsų tyrimo rezultatai. Kartu Black nurodo, kad apžvelgus beveik 60-ies autorių tyrimus galima teigti, kad šis sindromas reikšmingai dažniau pasireiškia jaunesniems (iki 30 metų) visuomenės nariams. Būtent todėl mes rinkomės Kauno kolegijos studentus, o mūsų tiriamųjų amžiaus vidurkis sudarė 22,7 m. Black taip pat nurodo, kad

tokie patologinio apsipirkinėjimo epizodai reikšmingai neigiamai veikdavo respondentų gyvenimo kokybę (darbinį, socialinį ir ypač šeimyninį gyvenimą). Mūsų tyrimo duomenys rodo, kad praeityje buvęs/ę oniomanijos epizodai reikšmingai dažniau neigiamai veikdavo vyresnių, vedusių ir didesnes pajamas turinčių vyrų gyvenimo kokybę.

Vokiečių mokslininkai A. Mueller, J.E. Mitchell ir kt. 2009 m. analizavo kompulsyvaus potraukio paplitimą Vokietijoje. Ištyrus 2307 respondentus buvo nustatyta, kad visus simptomus atitinkantis kompulsyvaus potraukio pirkti sutrikimas pasireiškia 4,6 proc. Vokietijos gyventojų. Nors jų nurodytas paplitimas buvo panašus į aukščiau nurodytų autorių tyrimų rezultatus, vokiečių mokslininkai nerado jokių skirtumų tarp oniomanijos pasireiškimo dažnio bei jo sąsajų su lytimi, jaunesniu amžiumi, gyvenimo vieta ar uždirbamomis pajamomis. Tai tik patvirtina, kad šis sindromas, nors ir yra pakankamai dažnai pasireiškiantis JAV ir Vokietijoje, vis dar iškelia pakankamai netikėtų ir nevienalyčių atsakymų, susijusių su sociodemografinėmis charakteristikomis.

Vašingtono universiteto profesorai J. Joireman, J. Kees ir kt. 2010 m. atliko pirmuosius tyrimus, susijusius su oniomanijos paplitimo tarp kolegijos studentų sociodemografinėmis charakteristikomis bei neigiamu poveikiu studento gyvenimo kokybei. Mokslininkai ištyrė 249 respondentus, kurių amžius buvo 18 – 35 m. Moterys sudarė 55 proc. respondentų. Autoriai nustatė, kad kompulsyvus potraukis pirkti buvo dažniau susijęs su moteriška lytimi ir jaunesniu amžiumi [24]. Mokslininkai kitaip pažvelgė į šio sindromo sąsajas su gyvenimo kokybe ir pajamomis. Įvertinę, kad daugumos studentų pajamos yra menkos, tačiau visi jie disponuoja kreditinėmis kortelėmis, jie nustatė, kad kompulsyvus potraukis pirkti reikšmingai susijęs su studentų finansinėmis skolomis, kurias jie patiria kompulsyvaus apsipirkimo metu naudodamiesi kreditinėmis kortelėmis. Jie taip pat nurodė, kad šios skolos labai neigiamai veikia studentų gyvenimo kokybę ir savivertę.

Mūsų tyrimas parodė, kad kompulsyvaus pirkimo sindromas nėra nepažįstamas mūsų jaunimui, o jo pasireiškimas reikšmingai neigiamai veikė gyvenimo kokybę. Manome, kad ateityje Lietuvoje bus atlikti išsamesni oniomanijos tyrimai, ne tik susiję su jo sociodemografinėmis savybėmis ir poveikiu gyvenimo kokybei, bet ir biologiniu bei psichodinaminiais modeliais, tyrimo ir gydymo ypatumais.

IŠVADOS

1. Nors šiuo metu oniomanijos epizodas nepasireiškė nė vienam tyrimo dalyviui, bent kartą gyvenime jis buvo pasireiškęs kas trečiam respondentui, buvo reikšmingai susijęs su moteriška lytimi, jaunesniu amžiumi,

vienišumu, gyvenimu mieste ir didesnėmis pajamomis.

2. Oniomanijos epizodas reikšmingai dažniau trukdė vyresnių, turinčių šeimą, mieste gyvenančių ir didesnes pajamas gaunančių vyrų gyvenimo kokybę.

Literatūra

1. Black DW. Compulsive buying disorder: definition, assessment, epidemiology and clinical management. *CNS Drugs*. 2001;15(1):17-27.
2. Dell'Osso B, Allen A, Altamura AC, Buoli M, Hollander E. Impulsive-compulsive buying disorder: clinical overview. *Aust N Z J Psychiatry*. 2008;42(4):259-266.
3. Rabinak CA, Nirenberg MJ. Dopamine agonist withdrawal syndrome in Parkinson's disease. *Arch. Neurol*. 2010; 67:58-63.
4. Dell'Osso B, Altamura AC, Allen A, Marazziti D, Hollander E. Epidemiologic and clinical updates on impulse-control disorders: a critical review. *Eur. Arch. Psychiatry Clin. Neurosci*. 2006;7:148-152.
5. Marcinko D, Karlović D. Oniomania - successful treatment with fluvoxamine and cognitive-behavioral psychotherapy. *Psychiatr. Danub*. 2005;17(1-2):97-100.
6. Weintraub D, Koester J, Potenza MN, Siderowf AD, Stacy M, Voon V, et al. Impulse Control Disorders in Parkinson Disease. *Arch. Neurol*. 2010;67(5):589-595.
7. Black DW. Compulsive buying: a review. *J. Clin. Psychiatry*. 2006;57(8):50-54
8. Boermans JA, Egger JI. Compulsive buying or oniomania: an overview. *Tijdschr. Psychiatr*. 2010;52(1):29-39.
9. Tavares H, Lobo DS, Fuentes D, Black DW. Compulsive buying disorder: a review and a case vignette. *Rev. Bras. Psiquiatr*. 2008;1:16-23.
10. Black DW. Compulsive buying disorder: a review of the evidence. *CNS Spectr*. 2007;12(2):124-132.
11. Müller A, de Zwaan M. Pathological buying. A review of the current knowledge regarding this condition of behavioral excess. *Bundesgesundheitsblatt Gesundheitsforschung Gesundheitsschutz*. 2010;53(4):289-294.
12. Croissant B, Croissant D. Compulsive shopping - current considerations on classification and therapy. *Nervenarzt*. 2007;78(5):575-579.
13. Croissant B, Klein O, Löber S, Mann K. A case of compulsive buying--impulse control disorder or dependence disorder? *Psychiatr. Prax*. 2009; 36(4):189-192.
14. Müller A, Reinecker H, Jacobi C, Reisch L, de Zwaan M. Pathological buying - a literature review. *Psychiatr. Prax*. 2005;32(1):3-12.
15. Mueller A, de Zwaan M. Treatment of compulsive buying. *Fortschr. Neurol. Psychiatr*. 2008;76(8):478-483.
16. Grüsser SM, Thalemann C, Albrecht U. Excessive compulsive buying or „behavioral addiction“? A case study. *Wien. Klin. Wochenschr*. 2004;116(5-6):201-204.
17. Lee S, Mysyk A. The medicalization of compulsive buying. *Sci. Med*. 2004; 58(9):1709-1718.
18. Koran LM, Bullock KD, Hartston HJ, Elliott MA, D'Andrea V. Citalopram treatment of compulsive shopping: an open-label study. *Clin. Psychiatry*. 2002;63(8):704-708.

19. Koran LM, Chuong HW, Bullock KD, Smith SC. Citalopram for compulsive shopping disorder: an open-label study followed by double-blind discontinuation. *J. Clin. Psychiatry*. 2003;64(7):793-798.

20. Aboujaoude E, Gamel N, Koran LM. A 1-year naturalistic follow-up of patients with compulsive shopping disorder. *J. Clin. Psychiatry*. 2003;64(8):946-950.

21. Koran LM, Faber RJ, Aboujaoude E, Large MD, Serpe RT. Estimated prevalence of compulsive buying behavior in the United States. *Am. J. Psychiatry*. 2006;163(10):1806-1812.

22. Black DW. A review of compulsive buying disorder. *World Psychiatry*. 2007;6(1):14-18.

23. Mueller A, Mitchell JE, Crosby RD, Glaesmer H, de Zwaan M. The prevalence of compulsive hoarding and its association with compulsive buying in a German population-based sample. *Behaviour Research and Therapy*. 2009;47(8),705-709.

24. Joireman J, Kees J, Sprott D. Concern with Immediate Consequences Magnifies the Impact of Compulsive Buying Tendencies on College Students' Credit Card Debt. *Journal of Consumer Affairs*. 2010;44(1):155-178.

COMPULSIVE SHOPPING: LITTLE KNOWN DISORDER CLOSE TO US

Rytis Leonavičius, Virginija Adomaitienė, Viktorija Marcinkevičienė
Summary

Key words: compulsive buying, oniomania, quality of life, shopping addiction, habit and impulse disorders.

Compulsive buying has been described for over 100 years; however, more exhaustive world research in this area takes only some 20 years. This disorder is seldom diagnosed in Lithuania, so we have lack of data about the prevalence of peculiarities of it. The aim of this study was to evaluate the socio-demographic prevalence data of oniomania and their relations to quality of life among Kaunas College students. Method. For this study anonymous socio-demographic questionnaire was used (reflecting sex, age, residence, marital status, incomes, life prevalence of oniomania, and question 'does episode of oniomania disturb quality of life'). Sample of the study included 148 respondents (59,5 percent females; mean age of respondents was 22,7 years; no significant difference between females and males regarding mean age were found). More than one third of respondents concluded, that they had experienced compulsive buying episode at least ones per life. No one respondent indicated that he experiences the episode of oniomania currently. Conclusions. Episode of oniomania was related with female sex, younger age, loneliness, residence in the city, and higher incomes. It significantly disturbed the quality of life of older, married men, living in the city and earning higher incomes men.

Correspondence to: rytis.leo@gmail.com

Gauta 2011-12-19