



VILNIAUS GEDIMINO TECHNIKOS UNIVERSITETAS

VERSLO VADYBOS FAKULTETAS

FINANSŲ INŽINERIJOS KATEDRA

Gintarė Garanžienė

INVESTAVIMO Į EMOCINES VERTYBES YPATUMAI
PECULIARITIES OF INVESTMENT INTO EMOTIONAL VALUES

Baigiamasis magistro darbas

Verslo vadybos studijų programa, valstybinis kodas 62403S121

Investicijų valdymo specializacija

Vadybos ir administravimo mokslo kryptis

Vilnius, 2011

VILNIAUS GEDIMINO TECHNIKOS UNIVERSITETAS
VERSLO VADYBOS FAKULTETAS
FINANSŲ INŽINERIJOS KATEDRA

TVIRTINU

(Parašas)

Rima Tamošiūnienė
(Vardas, pavardė)

(Data)

Gintarė Garanžienė

INVESTAVIMO Į EMOCINES VERTYBES YPATUMAI
PECULIARITIES OF INVESTMENT INTO EMOTIONAL VALUES

Baigiamasis magistro darbas

Verslo vadybos studijų programa, valstybinis kodas 62403S121

Investicijų valdymo specializacija

Vadybos ir administravimo mokslo kryptis

Vadovas doc. dr. D. Jurevičienė
(Moksl. laipsnis, vardas, pavardė)

(Parašas)

(Data)

Konsultantas doc. dr. R. Vladarskienė
(Moksl. laipsnis, vardas, pavardė)

(Parašas)

(Data)

Konsultantas

(Moksl. laipsnis, vardas, pavardė)

(Parašas)

(Data)

Vilnius, 2011

VILNIAUS GEDIMINO TECHNIKOS UNIVERSITETAS
VERSLO VADYBOS FAKULTETAS
FINANSŲ INŽINERIJOS KATEDRA

TVIRTINU

Socialinių mokslų mokslo sritis

Vadybos ir administravimo mokslo kryptis

Vadybos ir verslo administravimo studijų kryptis

Verslo vadybos studijų programa, valstybinis kodas 62403S121

Investicijų valdymo specializacija

(Parašas)

Rima Tamošiūnienė

(Vardas, pavardė)

(Data)

**BAIGIAMOJO MAGISTRO DARBO
UŽDUOTIS**

2010-10-18 Nr.

Vilnius

Studentui (ei)

Gintarei Garanžienei

(Vardas, pavardė)

Baigiamojo darbo tema: Investavimo į emocines vertybes ypatumai

patvirtinta 2010 m. spalio mėn. 15 d. dekanų potvarkiu Nr. 450 vv

Baigiamojo darbo užbaigimo terminas 2011 m. sausio 14 d.

BAIGIAMOJO DARBO UŽDUOTIS: Nustatyti investicijų į emocines vertybes grupes bei dažniausiai naudojamas investavimo į emocines vertybes priemonės ir atlikti emocinių vertybių investavimo ypatumų analizę. Atlikti Lietuvos kolekcininkų apklausą ir nustatyti investavimo į emocines vertybes motyvus bei tendencijas Lietuvoje. Atlikti populiariausių užsienio investavimo rinkose egzistuojančių investicijų į emocines vertybes indeksų analizę, išanalizuoti užsienio ir Lietuvos investavimo į emocines vertybes tendencijas bei atlikti populiariausių priemonių indeksų prognozes.

Baigiamojo darbo rengimo konsultantai:.....

(Moksl. laipsnis, vardas, pavardė)

Vadovas

(Paraša)

..... doc. dr. Daiva Jurevičienė.....

(Moksl. laipsnis, vardas, pavardė)

Užduotį gavau

(Parašas)

(Vardas, pavardė)

(Data)

Vilniaus Gedimino technikos universitetas
Verslo vadybos fakultetas
Finansų inžinerijos katedra

ISBN ISSN
Egz. sk.
Data-....-....

Verslo vadybos studijų programos baigiamasis magistro darbas

Pavadinimas: Investavimo į emocines vertybes ypatumai

Autorius: Gintarė Garanžienė

Vadovas: doc. dr. Daiva Jurevičienė

Kalba

☒ X

lietuvių

☐

užsienio

Anotacija

Baigiamajame magistro darbe analizuojamas investavimas į emocines vertybes. Baigiamojo darbo pirmojoje dalyje aptariamos alternatyviųjų investicijų įvairovė, jų grupavimas. Antrojoje darbo dalyje apibūdinamos emocinių vertybių grupės. Trečiojoje darbo dalyje aptariami emocinio turto objektų vertę kuriantys veiksniai ir išvardinami investavimo į emocines vertybes privalumai ir trūkumai. Ketvirtojoje darbo dalyje pateikiami Lietuvos kolekcininkų apklausos rezultatai ir investavimo į emocines vertybes raida bei prognozės užsienio ir Lietuvos rinkose. Lietuvos kolekcininkų apklausa atlikta pasitelkiant kiekybinių tyrimų metodą – apklausą.

Aptarus investavimo į emocines vertybes ypatumus, atlikus emocinių investicijų rinkos tendencijų apžvalgą ir prognozes, pateikiamos baigiamojo darbo išvados.

Darbą sudaro 10 dalių: lentelių sąrašas, paveikslų sąrašas, įvadas, teorinė dalis (trys skyriai), praktinė dalis (vienas skyrius), išvados, literatūros sąrašas ir priedai.

Darbo apimtis – 90 p. teksto be priedų, 72 bibliografiniai šaltiniai.

Atskirai pridedami darbo priedai.

Prasminiai žodžiai: alternatyviosios investicijos, emocinis turtas, indeksai, investavimas, investavimas į antikvarinius daiktus, investavimas į meno kūrinius, investavimas į vyną.

Vilniaus Gediminas technical university
Business management faculty
Business technologies department

ISBN ISSN
Copies No.
Date-....-....

Business management study programme bachelor (master) thesis.

Title: **Peculiarities of investment into emotional values**

Author: **Gintarė Garanžienė**

Executive: **Doc.dr. Daiva Jurevičienė**

Thesis language

☐

Lithuanian

☒

Foreign (English)

Annotation

The final Master thesis deals with the analysis of investments into emotional values. The first part of the final paper is devoted to analyzing alternative investments and to classification of the investments. The second part of the paper describes the types of emotional values in details. In the third part of the paper, factors that create the value of objects of emotional assets are discussed and positive and negative aspects of investment into emotional values are put forward. The results of the survey of Lithuanian collectors, indices describing the objects of investment into emotional values, as well as considerations on trends and forecasts of investment into emotional values in Lithuania and abroad are provided in the fourth part of the paper. The survey of Lithuanian collectors is based on the quantitative research method – questionnaires.

Discussion of specifics of investment into cultural values, the review of trends of emotional investments and forecasts are followed by conclusions of the final paper.

The paper consists of 10 parts: list of tables, list of pictures, introduction, theoretical background (three sections), empirical part (one sections), conclusions, references and appendices.

The volume of the paper is 90 pages of text not including appendices; the total of 72 bibliographical sources is listed.

Keywords: alternative investments, emotional asset, indices, investment, investment into antique objects, investment into pieces of art, investment into wine

Vilniaus Gedimino technikos universiteto egzaminų
sesijų ir baigiamųjų darbų rengimo bei gynimo
organizavimo tvarkos aprašo 2010–2011 m. m.
6 priedas

(Baigiamojo darbo sąžiningumo deklaracijos forma)

VILNIAUS GEDIMINO TECHNIKOS UNIVERSITETAS

Gintarė Garanžienė, 20082492

(Studento vardas ir pavardė, studento pažymėjimo Nr.)

Verslo vadybos fakultetas

(Fakultetas)

Verslo vadybos studijų programa, IVmt-08 gr.

(Studijų programa, akademinė grupė)

**BAIGIAMOJO DARBO (PROJEKTO)
SĄŽININGUMO DEKLARACIJA**

2011 m. sausio 06 d.
(Data)

Patvirtinu, kad mano baigiamasis darbas (projektas) tema „Investavimo į emocines
vertybes ypatumai“

patvirtintas 20 10 m. spalio 15 d. dekanu potvarkiu Nr. 450 vv, yra
savarankiškai parašytas. Šiame darbe (projekte) pateikta medžiaga nėra plagijuota. Tiesiogiai ar
netiesiogiai panaudotos kitų šaltinių citatos pažymėtos literatūros nuorodose.

Prenkant ir įvertinant medžiagą bei rengiant baigiamąjį darbą (projektą), mane konsultavo
mokslininkai ir specialistai: doc. dr. Rasuolė Vladarskienė

Mano darbo (projekto) vadovas doc. dr. Daiva Jurevičienė

Kitų asmenų indėlio į parengtą baigiamąjį darbą (projektą) nėra. Jokių įstatymų
nenumatytų piniginių sumų už šį darbą niekam nesu mokėjęs(-usi).

(Parašas)

GINTARĖ GARANŽIENĖ

(Vardas ir pavardė)

TURINYS

IVADAS	10
1. ALTERNATYVIŲJŲ INVESTICIJŲ SAMPRATA IR GRUPAVIMAS	12
2. SVARBIAUSIOS INVESTAVIMO Į EMOCINES VERTYBES ALTERNATYVOS	17
2.1 Investicijų į antikvarinius daiktus ypatybės	18
2.2 Investicijų į kolekcinės vertybės ypatybės	28
2.3 Investicijų į meno kūrinius ir vertybės ypatybės	41
2.4 Investicijų į kitas emocines vertybės ypatybės	45
3. INVESTAVIMO Į EMOCINES VERTYBES TEORINIAI ASPEKTAI	48
3.1 Investavimo į emocines vertybės objektų vertę kuriantys veiksniai	48
3.2 Investavimo į emocines vertybės privalumai ir trūkumai	50
4. INVESTAVIMO Į EMOCINES VERTYBES TENDENCIJOS	53
4.1 Lietuvos kolekcininkų, investuojančių į emocines vertybes, apklausa	53
4.2 Investavimo į emocines vertybės raida ir prognozės užsienio ir Lietuvos rinkose	55
4.2.1 Investavimo į emocines vertybės indeksai	55
4.2.2 Investavimo į emocines vertybės tendencijų analizė	60
4.2.3 Investavimo į emocines vertybės indeksų prognozavimas	74
IŠVADOS	79
LITERATŪRA	84
PRIEDAI	90

LENTELIŲ SĄRAŠAS

1 lentelė. Investicijų klasifikacija.....	12
2 lentelė. Alternatyviųjų investicijų grupių palyginimas	14
3 lentelė. Stambiausios antikvarinių baldų kategorijos pagal kilmės šalį ir istorinį laikotarpį.....	19
4 lentelė. Investavimo į emocines vertybes ir S&P 500 indeksų prognozuojamos reikšmės 2011 – 2015 metams.....	77
5 lentelė. Investavimo į emocines vertybes ir S&P 500 indeksų prognozuojami pokyčiai 2011 – 2015 metams, procentais.....	77

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

1 pav. Investicijų pasiskirstymas užsienio rinkose 2002 – 2007 metais.....	14
2 pav. Investicijų pasiskirstymas 2010 metų pirmą pusmetį.....	15
3 pav. Svarbiausios investicijų į emocines vertybes alternatyvos.....	17
4 pav. Meno kaip investicijos privalumai ir trūkumai.....	43
5 pav. Populiariausi investavimo į emocines vertybes indeksai.....	56
6 pav. S&P 500 indekso dinamika 2005 – 2010 metais.....	61
7 pav. Vyno rinkos pasiskirstymas pagal vyno rūšis.....	63
8 pav. Liv - ex 100 ir S&P 500 indeksų dinamika 2005 – 2010 metais	64
9 pav. SG 100 ir S&P 500 indeksų dinamika 2005 – 2010 metais.....	67
10 pav. Meno rinkos pasiskirstymas pagal aukcionų apyvartas 2009 metais.....	70
11 pav. Artprice Global ir S&P 500 indeksų dinamika 2005 – 2010 metais.....	71
12 pav. Liv - ex 100 indekso prognozė 2011 – 2015 metams	74
13 pav. SG 100 indekso prognozė 2011 – 2015 metams	75
14 pav. Artprice Global indekso prognozė 2011 – 2015 metams	76
15 pav. Investavimo į emocinį turtą indeksų prognozių palyginimas.....	76

IVADAS

Investavimas yra puikus būdas užsidirbti pinigų, tačiau su viena sąlyga – jei žinome bent pagrindinius jo principus.

Variantų, kur galima investuoti pinigus, yra daugybė. Norėdami pasirinkti geriausią, turime žinoti visų jų privalumus ir trūkumus. *Maxas Edwardas Zavanelli's* skiria šiuos dažniausiai pasitaikančius būdus, kur galima investuoti: gryniesi pinigai; pinigai, laikomi indėliais banke; auksas; trumpalaikiai (90 ir mažiau dienų) vyriausybės vertybiniai popieriai ir pinigų rinkos priemonės; meno kūriniai, brangenybės ir įvairios kolekcijos; prekyba ateities sandoriais, pvz., nafta, cukrumi ir t. t. prekių rinkoje; nekilnojamasis turtas; akcijos ir obligacijos.

Taigi iš visų galimų investavimo būdų šiame darbe detaliau analizuosime vieną iš alternatyviųjų investicijų sričių - investicijas į emocines vertybes, t. y. investicijas į antikvarinius daiktus, kolekcinės vertybes, meno kūrinius ir vertybes, ir kitą emocinį turtą.

Darbo tema – investavimo į emocines vertybes ypatumai

Darbo objektas – investavimas į netradicines sritis – emocines vertybes.

Darbo aktualumas – investavimo į emocines vertybes objektų rinkos mažai susijusios su akcijų/ obligacijų rinkomis, tačiau jos gali reaguoti į bendrą šalies ekonomikos situaciją. Kai infliacija šalyje yra aukšta, rekomenduojama rinktis tarptautiniu mastu pripažintus emocinių vertybių objektus (brangakmenius, pašto ženklus, monetas ir pan.). Esant dabartiniam pasaulio ekonomikos nuosmukiui tarptautiniu mastu pripažinti emocinių vertybių objektai gali būti laikomi palyginti saugia investicija.

Darbo tikslas – susisteminti esamas investavimo į emocines vertybes grupes bei nustačius jų privalumus ir trūkumus ir išanalizavus investavimo į emocines vertybes tendencijas, atlikti investavimo į emocinį turtą indeksų prognozes, tuo atskleidžiant investavimo į emocines vertybes perspektyvas.

Keliامي uždaviniai:

1. Susisteminti alternatyviųjų investicijų priemones ir išskirti emocinio turto (vertybių) grupes;
2. Nustatyti populiariausias investavimo į emocines vertybes priemones ir išnagrinėti kiekvienos emocinės vertybės investavimo ypatumus;
3. Nustatyti bendrinius investavimo į emocines vertybes objektų vertę kuriančius veiksnius ir nustatyti investicijų į emocines vertybes privalumus bei trūkumus.

4. Nustatyti investavimo į emocinį turtą tendencijas ir motyvus Lietuvoje, atlikti Lietuvos kolekcininkų apklausą;
5. Išanalizavus populiariausius užsienio investavimo rinkose egzistuojančius investicijų į emocines vertybes indeksų raidą ir užsienio bei Lietuvos investavimo į emocines vertybes tendencijas, atlikti populiariausių priemonių indeksų prognozes.

Sprendimo būdai ir taikomi metodai. Atsakyti į iškeltus uždavinius naudosime teorinės analizės, duomenų sisteminimo, sintezės bei prognozavimo metodus. Anketinės apklausos duomenų apdorojimui atlikti naudosime sisteminimo metodą ir sintezės metodus. Investavimo į emocines vertybes indeksų analizei bei prognozavimui naudosime sintezės bei prognozavimo metodus. Investavimo į emocines vertybes indeksų prognozavimą atliksime statistinės analizės programa *Statistica*.

Pirmajame darbo skyriuje nagrinėjami investicijų teoriniai aspektai: atskiriama investicijų ir alternatyviųjų investicijų samprata, apžvelgiamos alternatyviųjų investicinių priemonių grupės. *Antrasis skyrius* yra skirtas investicijų į emocinį turtą (vertybes) grupių teoriniam tyrimui. *Trečiajame skyriuje* apžvelgiami bendriniai investicijų į emocines vertybes objektų vertę kuriantys veiksniai, pateikiami investavimo į emocines vertybes privalumai ir trūkumai. *Ketvirtajame skyriuje* apibūdinama Lietuvos kolekcininkų apklausos metodika, apibendrinami apklausos rezultatai ir gautos išvados bei nagrinėjami investavimo į emocines vertybes indeksai, atliekama investavimo į emocines vertybes tendencijų analizė užsienio ir Lietuvos rinkose, susisteminti populiariausių investavimo į emocines vertybes indeksų prognozavimo rezultatai.

Remiantis išanalizuota medžiaga, parengiamos *išvados*. Darbo pabaigoje pateikiamas *literatūros sąrašas*.

Šis darbas naudingas esamiems ir potencialiems emocinio turto investuotojams. Atliktas investicijų į emocinį turtą grupių teorinis tyrimas padės potencialiems investuotojams susipažinti su investicijomis į alternatyvas ir pasirinkti investavimui tinkamiausią emocinių vertybių sritį. Apibendrinti Lietuvos kolekcininkų apklausos rezultatai, atlikta investicijų į emocines vertybes tendencijų analizė bei susisteminti investavimo į emocines vertybes indeksų prognozavimo rezultatai padės tiek potencialiems, tiek jau esamiems investuotojams susipažinti su investavimo į emocines vertybes rinkos tendencijomis ir prognozėmis. Kadangi nustatyta, kad investavimas į emocines vertybes tampa vis populiariesnis ir pelningesnis, šis darbas gali būti naudingas dar ir tuo, kad skatins atsirasti naujus alternatyvių investicijų investuotojus.

1. ALTERNATYVIŲJŲ INVESTICIJŲ SAMPRATA IR GRUPAVIMAS

Investicijos plačiąja prasme

Terminas „investicijos“ yra kilęs iš lotynų kalbos žodžio „investio“ (kituose šaltiniuose – „invest“), kuris reiškia „įdėti“. Į lietuvių kalbą šis terminas pateko per anglų kalbą (*angl. investments*) [20, 60].

Kai kuriais atvejais investicijos yra tapatinamos su sąvokomis „kapitalo įdėjiniai“, „lėšų įdėjiniai“ ar „įdėtos lėšos“. Tačiau toks tapatinimas nėra tikslus, nes kapitaliniai įdėjiniai – tai lėšų panaudojimas pagrindinėms gamybos priemonėms atnaujinti (pastatams, įrengimams, transporto priemonėms ir pan.). O sąvoka „investicijos“ yra kur kas platesnė: ji apima ne tik kapitalinius įdėjinius, bet ir apyvartines lėšas, tikslinių bankų indėlius, akcijas ir kitus vertybinius popierius bei tam tikras nematerialiųjų aktyvų rūšis (patentai, licencijos, technologinės naujovės ir pan.). Todėl platesniu požiūriu investicijos gali būti apibūdintos kaip: „įvairių rūšių turtinės ir išteklinės vertybės, įdedamos į verslą ar kitus objektus ar sritis, ir kaip rezultatas sukuriamas pelnas arba pasiekama kokio nors socialinio efektyvumo“ [20, p. 155].

Įprastai investicijos nagrinėjamos ir vertinamos pagal 1 lentelėje pateiktus požymius.

1 lentelė. Investicijų klasifikacija [Sudaryta autorės pagal 20]

Klasifikavimo požymis	Investicijų rūšys	Investicijų rūšies apibūdinimas
Pagal investicijų objektus	Daiktinės investicijos	Lėšų įdėjimas į įrenginius, prekių atsargas ir žaliavas
	Nematerialios (inovacinės) investicijos	Investicijos į mokslo ir technikos pažangą, žmogiškąjį kapitalą, socialinės investicijos, netiesioginė reklama.
	Finansinės investicijos	Tai investicijos, nukreiptos į įvairias finansines priemones (daugiausia į vertybinius popierius).
Pagal dalyvavimą investavimo procese	Tiesioginės investicijos	Tai paties investuotojo dalyvavimas investuojant lėšas ir pasirenkant investavimo objektą.
	Netiesioginės investicijos	Tai investavimas, kuris atliekamas per įgaliotus asmenis ar atitinkamas finansų institucijas.
Pagal investavimo laikotarpį	Trumpalaikės investicijos	Tai kapitalo investavimas ne ilgesniam nei 1 metų laikotarpiui.
	Ilgalaikės investicijos	Tai kapitalo investavimas ilgesniam nei 1 metų laikotarpiui. Smulkiau jos skirstomos taip: a) iki 2 metų; b) nuo 2 iki 3 metų; nuo 3 iki 5 metų; d) daugiau nei 5 metai.

1 lentelės tęsinys kitame puslapyje

Klasifikavimo požymis	Investicijų rūšys	Investicijų rūšies apibūdinimas
Pagal investicinių lėšų priklausomybę	Privačiosios investicijos	Tai lėšų pritraukimas iš fizinių asmenų.
	Valstybinės investicijos	Tai centrinės ir vietos valdžios organų, valstybės įmonių ir įstaigų lėšų įdėjimas į investicinius objektus, atliekamas iš (ne)biudžetinių ir skolintų lėšų.
	Užsienio investicijos	Tai lėšų įdėjimas, atliekamas užsienio šalių privačiųjų asmenų ar organizacijų.
	Bendrosios investicijos	Tai lėšų įdėjimas, atliekamas įvairių vienos ar kitos šalies subjektų.
Pagal teritoriją	Investicijos šalies viduje	Lėšų įdėjimas į investicinius objektus, esančius konkrečios šalies teritorijoje.
	Investicijos užsienyje	Lėšų įdėjimas į investicinius projektus, esančius už konkrečios šalies ribų.

Kaip matome tradiciniame investicijų klasifikavime (1 lentelė), alternatyviosios investicijos kaip atskira investicijų rūšis nėra išskiriamos. Tačiau jos turi nemažai paminėtų investicijų rūšių požymių. Taip alternatyviosios investicijos gali būti priskirtos daiktinėms investicijoms, nes daugiausia investuojama į materialųjį turtą. Jos taip pat gali būti laikomos tiek tiesioginėmis, tiek netiesioginėmis investicijomis, nes investuojama tiek pačiam asmeniui tiesiogiai dalyvaujant investavimo procese (nuo norimo investavimo objekto paieškos iki pirkimo - pardavimo sutarties pasirašymo), tiek per tarpininkus. Alternatyviosios investicijos gali būti priskirtos ilgalaikėms investicijoms, nes įprastai tikimasi, kad investavimo objekto vertė su laiku tikrai didės, pvz., paveikslai, vynas ir t. t. Alternatyviosios investicijos – tai daugiausia fizinių asmenų (įprastai kolekcininkų) privačiosios investicijos, tačiau atskirais atvejais alternatyviosios investicijos gali sudominti ir juridinius asmenis, pvz., siekiančius investicijų portfelio diversifikacijos. Pagal teritorijos klasifikavimo požymį alternatyviosios investicijos – tai investicijos tiek šalies viduje, tiek už šalies ribų.

Alternatyviųjų investicijų samprata

Šios investicijos laikomos netradicinėmis. Jos apibūdinamos kaip investicijos, siūlančios alternatyviasias investavimo galimybes ir pakeičiančios tradicines investavimo priemones, pvz., akcijas, obligacijas. Tuo pačiu metu, kaip ir tradicinėmis investavimo priemonėmis, alternatyviosiomis investicijomis siekiama uždirbti pelno ir didinti asmens turtą [21].

Alternatyviosioms investicijoms priskiriamos privačiojo kapitalo fondai/ investicijos, nekilnojamasis turtas, emocinis turtas (vynas, meno kūriniai, kolekcinės vertybės ir t. t.), ribotos

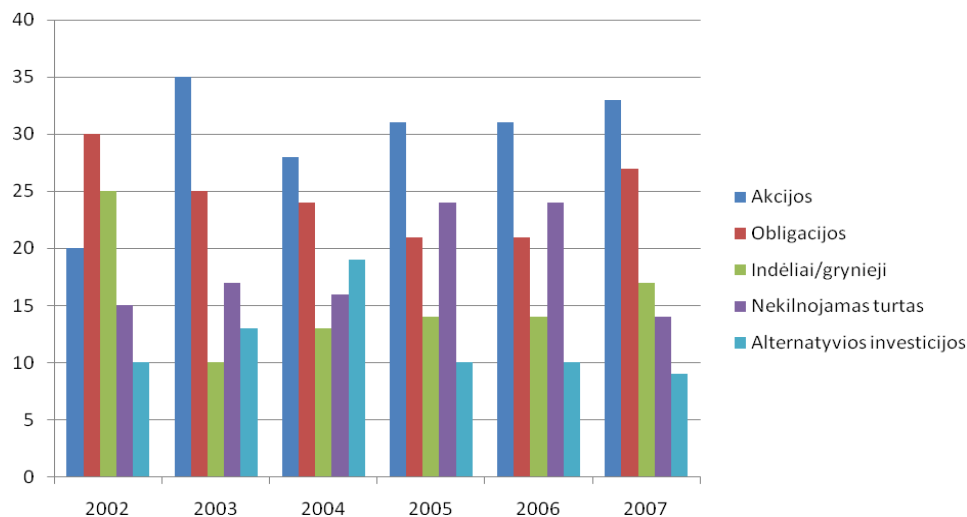
rizikos fondai [15]. Šių alternatyviųjų investicijų grupių palyginimas pagal likvidumą, pelną, pasitraukimo ir rizikos valdymo galimybes yra pateikiamas 2 lentelėje.

2 lentelė. Alternatyviųjų investicijų grupių palyginimas [15].

Alternatyviųjų investicijų grupė	Likvidumas	Pasitraukimo galimybės	Pelnas	Rizikos valdymo galimybės
Privačiojo kapitalo fondai/ investicijos	Mažas	Įstatai/ IPO ¹	Atidėtas/ IPO	Vidutinės
Nekilnojamasis turtas	Vidutinis	Kitas pirkėjas	Atidėtas	Vidutinės
Emocinis turtas (vynas, meno kūriniai, kolekcinės vertybės ir t. t.)	Mažas	Kitas pirkėjas	Atidėtas	Mažos
Ribotos rizikos fondai	Didelis	Kas mėnesį/ kas ketvirtį	Nuolatinis/ dinaminis	Didelės

Kaip matome, daugeliu atvejų pelno gavimo galimybės yra atidėtos, t. y. pelnas dažniausiai gaunamas parduodant turimą turtą kitam pirkėjui – daugeliu atvejų tai skirtumas tarp pardavimo ir pirkimo sumos.

Apžvelgsime, kaip investicijos pasiskirstė užsienio investicijų rinkose 2002 – 2007 metais (1 paveikslas).

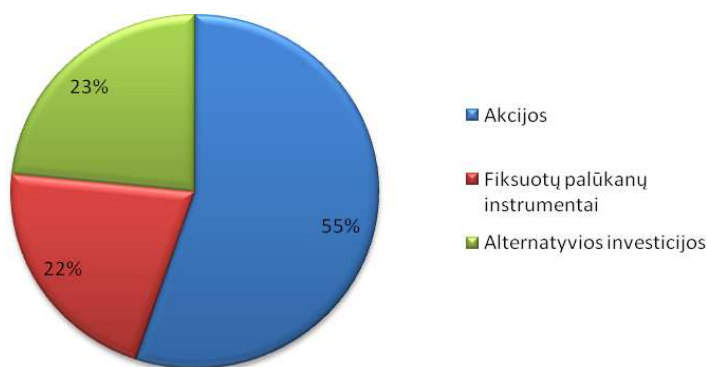


1 pav. Investicijų pasiskirstymas užsienio investicijų rinkose 2002 – 2007 metais [sudaryta autorės pagal 15]

¹ IPO (angl. *Initial Public Offering*) – pirminis viešas akcijų siūlymas visuomenei.

Iš 1 paveikslo matome, kad 2002 metais didžiąją dalį visų investicijų sudarė obligacijos, 2003 – 2007 metais – akcijos. Alternatyviosios investicijos 2002 metais ir 2005 – 2007 metais sudarė mažiausią dalį visų investicijų, tačiau 2003 metais į alternatyviasias investicijas investuota daugiau, nei į indėlius/grynuosius pinigus, o 2004 metais šios investicijos sudarė didesnę visų investicijų dalį, nei kad investavimas į indėlius/grynuosius ir nekilnojamąjį turtą.

Kaip investicijos pasiskirstė per 2010 metų pirmą pusmetį pavaizduota 2 paveiksle.



2 pav. Investicijų pasiskirstymas 2010 metų pirmą pusmetį *[parengta pagal Mandatum Life 2010-07-31 duomenis]*

Iš 2 paveikslo matome, kad per pirmą 2010 metų pusmetį alternatyviosios investicijos užėmė 23 procentus visų investicijų, t. y. jos sudarė beveik ketvirtadalį visų investicijų.

Alternatyviosios investicijos suteikia galimybę rinktis įvairias investicijų priemones ir rinkas investuojant pagal ypač lanksčias ir pažangias strategijas ir galimybę diversifikuoti investicijas ir subalansuoti jų grąžą. Šiuo atveju investicijų pajamingumas priklauso nuo jų valdytojų meistriškumo, o ne nuo rinkos ar turto klasės plėtotės tendencijų [15].

Alternatyviosios investicijos pasirenkamos siekiant šių tikslų [15]:

- ✓ Siekiant investicijų portfelio diversifikacijos ir mažesnio vertės kintamumo;
- ✓ Siekiant pagerinti investicijų portfelio rizikos ir investicijų grąžos balansą;
- ✓ Siekiant padidinti investicijų portfelio grąžą;
- ✓ Geresnio prisitaikymo prie rinkos tendencijų tikslais;
- ✓ Keičiant kitas investicijų portfelio investicijas.

Dėl darbo apimties apribojimų šiame darbe plačiau nagrinėsiu alternatyviasias investicijas, priskiriamas emociniam turtui.

Emocinių vertybių grupavimas

Alternatyviasias investicijas, priskiriamas emocinio turto grupei (toliau – investicijas į emocines vertybes), galima suskirstyti į keturias stambias grupes: antikvariniai daiktai, kolekcinės vertybės, meno kūriniai ir vertybės bei kitos investicijos, kurios negali būti priskirtos pirmoms trimis paminėtoms kategorijoms [21].

Antikvariniai daiktai

Šiai grupei priklauso baldai, karo atmintini daiktai (senoviniai kardai, senovinės uniformos, lankai ir strėlės ir t. t.), sieniniai, staliniai, rankiniai ir kt. laikrodžiai, keramika, stiklas, knygos, sidabro ir kitų metalų dirbiniai, šaunamieji ginklai, muzikos instrumentai. Lietuvoje pagal Lietuvos Respublikos kilnojamųjų kultūros vertybių apsaugos įstatymą tam, kad daiktas būtų laikomas antikvariniu, jo amžius turi būti ne mažiau nei 50 metų [34]. Tačiau tarptautinėje prekyboje neretai taikomi ir griežti standartai, kai daikto amžius turi siekti ne mažiau nei 100 metų [21, 48].

Kolekcinės vertybės

Tai daiktai, kurie investuotojus domina dėl savo retumo, geidžiamumo, reikšmės ar kilmės. Šie daiktai nelaikomi antikvariniais, nors jų amžius gali atitikti antikvariniams daiktams taikomus reikalavimus. Tikimasi, kad šių daiktų vertė per tam tikrą laikotarpį padidės. Šiai grupei priskiriami: vynos, pašto ženklas, monetos, žaislai, brangakmeniai ir taurieji metalai, sporto atmintini daiktai, pvz., beisbolo kortelės, senoviniai automobiliai, autografai, Azijos regiono kilimėliai.

Meno kūriniai ir vertybės

Apibrėžti kas laikoma menu yra sudėtinga. Pasak Jaho, menas – tai žmogaus kūrinys, kurio funkcinė paskirtis yra skirtinga nuo kūrinyje užfiksuotos idėjos [21]. Menui, kaip investicijų grupei, priskiriami paveikslai, piešiniai, nuotraukos, skulptūros ir t. t.

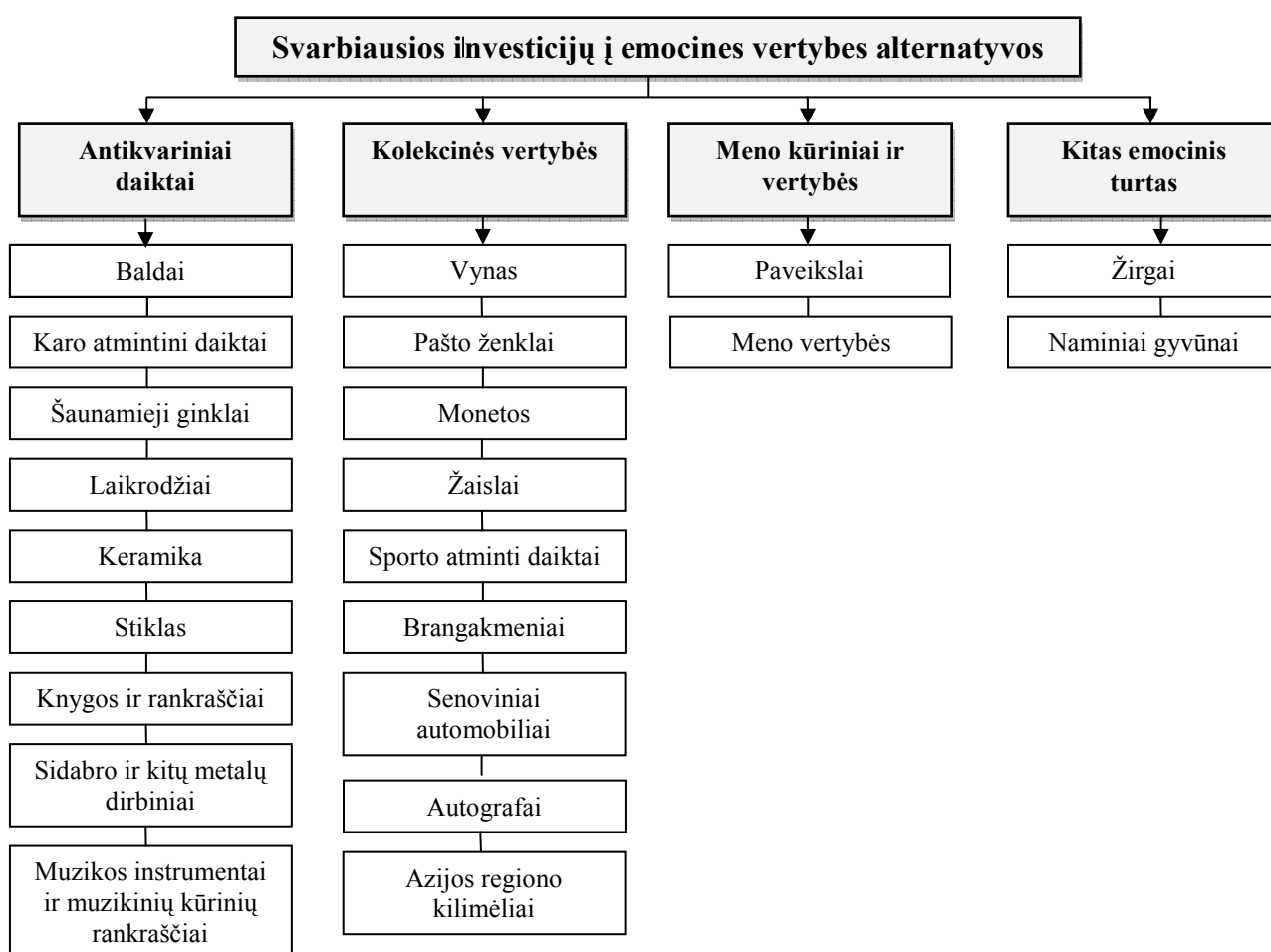
Kitos emocinės vertybės

Šiai grupei priskiriamos visos investicijos, kurios nepateko į anksčiau išvardintas grupes, pvz., lenktyniniai žirgai, naminiai gyvūnai ir t. t.

Apibendrinant reikėtų pažymėti, kad tradicinėje investicijų klasifikacijoje investicijos į emocinį turtą kaip atskira investicijų rūšys nėra išskirtos. Kita vertus jos turi nemažai klasifikacijoje nurodytų investicijų rūšių požymių. Bendruoju požiūriu investavimui į emocines vertybes, kaip investicijų rūšiai, būdingas mažas likvidumas, atidėtos pelno gavimo galimybės, mažos rizikos valdymo galimybės ir emocinis veiksnys, kai daiktą norimą įsigyti visų pirma dėl jo estetinės ir/ ar istorinės - kultūrinės vertės.

2. SVARBIAUSIOS INVESTAVIMO Į EMOCINES VERTYBES ALTERNATYVOS

Kaip jau minėjome, alternatyviasias investicijas, priskiriamas emocinio turto grupei, galima suskirstyti į keturias stambias grupes: antikvariniai daiktai, kolekcinės vertybės, meno kūriniai ir vertybės bei kitos investicijos, kurios negali būti priskirtos pirmoms trimis paminėtoms kategorijoms. Šioje darbo dalyje išsamiai išanalizuosime visas keturias investavimo į emocines vertybes grupes. Išsamus visų keturių grupių skirstymas į pogrupius pateikiamas 3 paveiksle.



3 pav. Svarbiausios investicijų į emocines vertybes alternatyvos [sudaryta autorės pagal 21, 42, 68, 71]

3 paveiksle pavaizduotas investicijų į emocines vertybes alternatyvas apibūdinime išsamiai.

2.1 Investicijų į antikvarinius daiktus ypatybės

Kaip tikslinga veikla kolekcionavimas paplito XIV-XV amžiuje. Laikui bėgant tai tapo ne žmogaus pomėgiu, bet ir pelningu investavimo būdu, skatinusiu antikvariatų ir aukcionų gausėjimą. Taigi daugėjo žmonių su išlavintu, rafinuotu skoniu, išmanančių apie antikvarines vertybes, kartu užgimė noras dekoruoti namus daiktais, atkeliavusiais iš praeities. Vakarų Europoje domėjimasis antikvariniais daiktais turi galias šaknis. Šis reiškinys pastebimai plinta ir Lietuvoje: tampa madinga turėti antikvarinių baldų ir detalių. [5, p. 76]

Samprata

Lietuvos Respublikos kilnojamų kultūros vertybių apsaugos įstatymas pateikia tokį antikvarinių daiktų apibrėžimą – tai „visi prieš 50 metų ir anksčiau sukurti kilnojamieji visuomenės ir žmogaus veiklos medžiaginiai kūriniai ir kiti daiktai ar jų dalys, nesvarbu, kokia jų išliekamoji kultūrinė vertė [34]. 1930 m. JAV emocines vertybes apibrėžiantis įstatymas antikvarinius daiktus apibūdina kaip meno kūrinius, iliustracijų ir pan. kolekcijas, daiktus, sukurtus iš bronzos, marmuro, terakotos, molio ar (ne)glazūruoto porceliano, daiktus, turinčius dekoratyvinę (puošimo) ar švietimo (edukacinę) paskirtį. Pagal minėtą 1930 m. JAV emocines vertybes apibrėžiantį įstatymą antikvariniais laikomi daiktai sukurti iki 1830 m. [48]. Tikima, kad būtent dėl šios nuostatos tarptautinėje prekyboje tapo įprasta antikvariniais laikyti daiktus, kurių amžius ne mažesnis nei 100 metų.

Amžius ne vienintelis veiksnys, nustatant galima konkretų daiktą laikyti antikvariniu ar ne. Svarbi yra ir daikto istorinė ar kultūrinė reikšmė ir jo retumas [48].

Baldai

Antikvariniai baldai, kaip investavimo objektas, yra labai populiarūs. Viena iš tokio populiarumo priežasčių yra ne tik galima finansinė nauda, bet ir galimybė investuotojui baldą turėti namuose ir naudoti jį pagal tiesioginę paskirtį, kartu džiaugiantis baldu, kaip daiktu, turinčiu estetinę vertę. Antikvarinių baldų įvairovė sudaro valgomieji ir rašomieji stalai, darbo kabinetai, kėdės, spintos ir spintelės, skrynios, komodos, lovų rėmai ir t. t.

Patraukliausiais investavimui laikomi baldai iš Europos (ypač Didžiosios Britanijos ir Prancūzijos) ir Kinijos. Pagal laikotarpį ir skiriamuosius bruožus jie skiriami į keletą kategorijų (3 lentelė).

3 lentelė. Stambiausios antikvarinių baldų kategorijos pagal kilmės šalį ir istorinį laikotarpį

[Sudaryta autorės pagal 21]

Kilmės šalis	Metai (nuo – iki)	Istorinis laikotarpis (epocha)
Didžioji Britanija	1485 – 1558	Tiudorų epochos
	1558 – 1603	Karalienės Elžbietos I laikų
	1603 – 1689	Karaliaus Jokūbo I laikų
	1689 – 1702	Karalių Viljamo III ir Marijos II laikų
	1702 – 1727	Karalienės Anos laikų
	1727 – 1820	Karaliaus Jurgio laikų
	1800 – 1830	Regentystės epochos
	1837 – 1901	Karalienės Viktorijos laikų
Pracūzija	1643 – 1715	Liudviko XIV laikų
	1715 – 1754	Liudviko XV laikų
	1754 – 1789	Liudviko XVI laikų
	1789 – 1799	Direktorijos (angl. The Directorate) laikų
	1799 – 1804	Pirmojo konsulo (angl. First Consul) laikų
	1804 – 1815	Napoleono I laikų. (Pirmoji imperija)
	1815 – 1824	Liudviko XVIII laikų
	1824 – 1830	Karolio X laikų
	1830 – 1848	Liudviko-Filipės laikų
	1848 – 1852	Liudviko Napoleono laikų
	1852 – 1871	Liudviko Napoleono III laikų. (Antroji imperija).
Kinija	1368 – 1644	Ming dinastijos laikų
	1644 – 1911	Čingų dinastijos laikų

Kalbant apie investavimo į baldus privalumus verta paminėti, kad baldų priežiūros išlaidos yra santykiškai nedidelės, baldai palyginti lengai transportuojami, baldus galima naudoti pagal jų paskirtį ir vėliau šeimoje perduoti iš kartos į kartą, gaunamas estetiškas pasitenkinimas [21].

Prie investavimo į baldus trūkumų priskiriami: santykiškai didelė vagystės tikimybė, papildomos išlaidos draudimui (jei reikia), papildomos išlaidos restauracijai (jei reikia).

Prieš investuojant visada rekomenduojama įsitikinti baldo autentiškumu, t. y. atidžiai peržiūrėti pardavėjo pateikiamus kilmės dokumentus ir įvertinti baldo kokybę. Kartais restauracijos išlaidos gali būti per didelės, tad į baldą investuoti gali būti ekonominė prasme netikslinga. [4].

Investuojant į antikvarinius baldus, naudojamosi aukcionų namų, tokių kaip tarkim *Bonhams & Butterfields* San Franciske arba populiariausių aukcionų, tokių kaip kad *Christie's* interjero aukcionų paslaugomis. Christie's aukcionas vyksta devynis kartus per metus Niujorke. Šiame aukcione pirkėjo siūloma kaina, su kuria laimima pasirinkta prekė svyruoja nuo \$500 iki \$10000. Tokio tipo aukcionuose prekes apžiūrėti galima vietoje, o kainą siūlyti galima ir nebūnant vietoj. [3]

Lietuvoje, pasak antikvarą A. Melį, populiariausi yra XVIII a. – XX a. pr. vyravę baroko, rokoko, bydermejerio, art deco stiliaus baldai [4].

Antikvariniams baldams labai tinka žodis „prabanga“, nes didžioji dalis interjero stilių vadinami šalies valdovų vardais, pavyzdžiui, Prancūzijoje – Liudviko XIV, Liudviko XV, Liudviko XVI, Anglijoje – Viktorijos stilius. Tai asmenybės, savo valdymo laikotarpiui suteikusios išskirtinę kultūrinę dvasią, na, o baldų kūrėjai patys interpretuodavo praeitį ir sprendavo, kokią spalvą, formą ir medžiagą pasirinkti, kad būtų įgyvendinta vizija. [5, p. 74]

Baroko stiliaus baldai pasižymi puošnumu ir masyvumu (stambiais gabaritais). Šio stiliaus baldai dominavo XVII a. Prancūzijos dvaruose, tad jiems reikėjo didelių salių ir daug erdvės. Šiuolaikiname interjere, kaip taisykle, naudojamos tik atskiros baroko stiliaus detalės, pvz., staliukai, sekreteriai ir pan. Melis akcentuoja, kad „baroko stiliaus baldus buvo madinga gaminti iš egzotiškų kraštų medienos, išpuošti intarsijomis, t. y. į išskaptuotą medžio paviršių įterpti kitos rūšies medienos ir tekstūros gabaliukus bei plokšteles, ar marketri dekoravimo technika: smulkius brangmedžio, vėžlio šarvo, perlamutro, dramblio kaulo, metalo gabaliukus klijuoti ant tam tikro pagrindo pagal iš anksto nupieštą ornamentą. Baldžiai naudojo brangiausių rūšių medieną, vėžlio šarvus, perlamutrą, ryklių ir gyvačių odą. Tokius daiktus galėjo įsigyti tik labai turtingi rafinuoto skonio žmonės“ [4].

Rokoko stiliaus baldams būdingos panašios baldų dekoravimo technikos, tačiau rokoko baldai yra grakštesni. Bydermejero stiliaus baldai datuojami XIX a. pirma puse. Jie tvirti ir funkcionalūs: apskriti ir ovalūs stalai, aukštos komodos, knygų ir indų spintos, daugiafunkciniai baldai, pagaminti iš šviesios medienos (raudonmedžio, kriaušės, topolio, klevo). Art deco stilius atsirado XX a. pr. Šio stiliaus baldams būdinga griežta forma, itin pabrėžiama plastika, subtili daikto konstrukcija, minkštų dalių ir lanksčių rėmų deriniai. Kita vertus svarbiausias *Art deco* bruožas — puošybės gausa. Baldus dekoravo geometriniais piešiniais su rombais, zigzagais, laužytomis strėlėmis, egzotiška ornamentika [4].

Antikvarinių baldų kainą dažniausiai lemia: šalis iš kurios atkeliavo šis baldas, kada jis pagamintas, iš kokių medžiagų padarytas ir netgi daiktą sukūrusio meistro pavardė. Taipogi antikvarinių baldų kainą lemia ir paklausa. Galimas dalykas, kad brangiau kainuos tie antikvariniai baldai, kurių paklausa didesnė. [72]

Lietuvoje antikvarinių baldų pirkėjai gali būti suskirstyti į dvi grupes [4]:

1. Turtingi žmonės, besistatantys namus ir norintys šiuolaikinį interjerą praturtinti antikvariniais baldais, taip interjerui suteikiant akcentą ir/ ar jausmą;

2. Kolekcininkai, kurie per ilgą laiką atrado savo mylimą stilių ir stengiasi jį išgryninti. Jie išparduoda kitokio stiliaus daiktus ir stengiasi juos pakeisti savo pamėgto stiliaus daiktais.

Investavimas į karo atmintinus daiktus

Šiai kategorijai priskiriami [21]:

1. Senoviniai kardai;
2. Senovinės uniformos;
3. Medalionai ir medaliai;
4. Šaudymo iš lanko priemonės: lankai ir strėlės;
5. Kirviai naudoti mūšyje;
6. Skydai.

Karai yra neatsiejama pasaulio istorijos dalis, todėl jų artefaktai tarptautiniu mastu yra gana paklausūs. Ypač jie domina investuotojus iš JAV ir Europos.

Pagrindinis veiksnys, kuriantis konkretaus daikto vertę, yra daikto istorinė svarba. Kaip antrinius veiksnius galima išskirti dekorą (puošybą), daikto būkę (t. y. kaip gerai daiktas yra išsilaikęs) ir daikto kilmės šalį.

Kaip investavimo į karo atmintus daiktus privalumus būtina pažymėti santykiškai stabilų paklausos lygį ir nesudėtingą transportavimą bei priežiūrą. Ir nors dažniausia šie daiktai daugiau nenaudojami pagal paskirtį, jie puikiai tinka eksponavimui [21].

Investavimo trūkumais gali tapti išlaidos draudimui ir fizinei apsaugai, potencialus pavojus žmonių sveikatai ir/ ar gyvybei. Investuotojas turi užtikrinti, kad kirviai, kardai, ietys, lankai ir strėlės bei pan. daiktai būtų tinkamai saugomi ir eksponuojami ir nesukeltų pavojaus trečiųjų asmenų sveikatai ir/ar gyvybei [21].

Investavimas į šaunamuosius ginklus

Šiuolaikinio ginklo išradimas turi didelę istorinę reikšmę, nes ginklo išradimas ir vėlesni jo patobulinimai lėmė ištisą karo meno revoliuciją. Tobulinant ginklo konstrukciją visada buvo siekiama itin aiškių tikslų: šovinių paleidimo greitumo be nuolatinio perkovimo, saugumo, patvarumo, naudojimosi patogumo ir lengvumo. Šie tikslai ir sąlygojo pastovę šaunamųjų ginklų plėtrą, kuri tęsiasi iki šiol [21].

Pradinę ginklo konstrukciją vystyti buvo brangu. Ypač tai taikytina rankiniams ginklams su dagtinėmis ir vėliau atsiradusiems ratinėms spynomis. Dėl palyginti didelių ginklų gamybos kaštų

ir griežto ginklų turėjimo reguliavimo ginklai tapo palyginti retu reiškiniu. Pagrindiniais tokių ginklų savininkais tapo pirmieji valstybės asmenys, karališkųjų šeimų atstovai ir turtingieji.

Kaip veiksniai, kuriantys ginklo vertę, gali būti įvardinti: istorinis reikšmingumas, būklė ir puošybos (dekorų) gausa (ginklai neretai buvo gaminami pagal užsakymą ir kiekvienam savininkui pritaikomi individualiai) [21].

Šaunamieji ginklai, kaip investavimo objektai, tarptautiniu mastu pasižymi dideliu patrauklumu. Kita vertus, valstybinis investavimo reguliavimas ir potencialus pavojus sveikatai ir gyvybei gali būti suvokiami kaip kliūtys investavimui.

Investavimas į laikrodžius

Šiai kategorijai priskiriami visų tipų laikrodžiai: sieniniai, staliniai, rankiniai, kišeniniai ir kt., o taip pat chronometrai ir barometrai.

Laikrodžiai - tai praktiška investicija, kadangi laikymas yra paprastas nes laikrodžius dažniausiai dėvime. Tačiau kainos, paklausa ir laikrodžių vertė gali būti nenusipėjamos dėl madų tendencijų. [14]

Manoma, kad laikrodis, kaip laiko matavimo priemonė, didžiąja dalimi jau užbaigė savo plėtros ciklą, tad išlikę ankstesnių laikų pavyzdžiai turi neįkainojamos vertės ir šių laikų dizaineriams tarnauja kaip įkvėpimo šaltiniai. Dėl savo istorinės - kultūrinės svarbos, estetinių savybių ir žmogaus bendro susižavėjimo laiku, laikrodžiai, kaip investavimo priemonė, yra itin populiarius pasaulyje [21].

Patys brangiausi laikrodžiai, parduodami aukcionuose, yra Patek Phillippe firmos laikrodžiai. Susidomėjimas prabangiais laikrodžiais padidino senovinių laikrodžių kainas. Senovinių Rolex laikrodžių kainos pakilo beveik 20 proc. per metus, tam tikrų modelių kainos pakilo tris kartus. Tačiau reikia būti labai atsargiems perkant senovinius laikrodžius internetu, kadangi nemažai pasitaiko netikrų, padirbtų laikrodžių. [14]

Britai, prancūzai ir kitos Europos tautos ilgą laiką pirmavo laiko matavimo prietaisų plėtojime, tad laikrodžiai kilę iš Europos investavimo prasme laikomi patraukliausiais.

Antikvarinių daiktų kategorijos ribose laikrodžiai smulkiau gali būti grupuojami į [21]:

- ✓ Laikrodžiai, kabinami virš židinio;
- ✓ Kišeniniai laikrodžiai;
- ✓ Smėlio laikrodžiai;
- ✓ Vandens laikrodžiai;
- ✓ Staliniai, dar vadinamieji *tall case* arba *grandfather* laikrodžiai.

Galimas ir kitas laikrodžių tipų grupavimas. Šalia kiekvienos grupės pateikiami reikšmingiausi gamintojai [21]:

- ✓ Rankiniai laikrodžiai: *Patek Philippe, Rolex, Omega, Vachron&Constantin, Cartier, IWC (International Watch Company), Movado, Longines, TAG, Heuer, Breitling;*
- ✓ Kišeniniai laikrodžiai: *Durrstein&Co., IWC, Longines, Patek Phillipe, Thomas Russel and Son, Ulysse Nardin ir A.Lange & Sohne;*
- ✓ Laikrodžiai: *Movado, Lepaute ir Prazisionregulator Le Roy;*
- ✓ Chronometrai.

Prie veiksmų, kuriančių konkretaus laikrodžio vertę, priskiriami pagrindiniai trys veiksniai: istorinė svarba, dizainas ir būklė. Kuo senesnis ir retesnis laikrodis, tuo labiau jis tinka investavimui. Daikto dizainas visų pirma nusako jo estetines savybes ir grožį plačiaja prasme. Kuo geriau laikrodis yra išsilaikęs, tuo brangiau jis kainuos ateityje. Galima nedidelė restauracija, pvz., smulkių detalių ar stiklo pakeitimas, tačiau visais atvejais siekiama kuo mažesnės intervencijos į originalų dizainą [16].

Investavimas į laikrodžius turi daug privalumų. Dėl savo dydžio laikrodžiai lengvai transportuojami ir saugomi. Ši kategorija pasižymi didele ir stabilia paklausa. Pirkėjų ratas itin platus: nuo investuotojų ir kolekcininkų iki plačios visuomenės. Tad laikrodžiai, kaip investavimo objektai, lyginant su kitomis emocinio turto investicijų kategorijomis, pasižymi santykiškai dideliu likvidumu. Laikrodžių dizaino įvairovė didina jų išvaizdos patrauklumą. Veikiantys laikrodžiai gali atlikti savo funkcinę paskirtį, t. y. matuoti laiką. Visos šios sąlygos ir lemia, kad laikrodžiai tapo viena iš patikimiausių ir geidžiausių investicijų į emocines vertybes kategorijų [21].

Prie investavimo į šią kategoriją trūkumų dažniausiai priskiriama: didelė vagystės tikimybė, išlaidos draudimui ir apsaugai, santykiškai didelės išlaidos restauravimui, jei laikrodis neveikia. [21].

Investavimas į keramikos gaminius

Visi keramikos dirbiniai skirstomi į dvi stambias grupes [21, 56]:

- ✓ Dirbiniai iš molio;
- ✓ Dirbiniai iš porceliano, įskaitant kaulinį (peršviečiamą) porcelianą.

Bendruoju požiūriu dirbinių iš porceliano kaina dažniausiai yra didesnė nei dirbinių iš molio.

Viena didžiausių investavimo į keramikos dirbinius rizikų yra itin didelė tikimybė nusipirkti klastotą ar konkretaus dirbinio atveju negalėjimas įrodyti ar įtikinti dirbinio autentiškumu. Pvz.,

dirbiniai iš molio nebuvo tinkamai ženklinti iki pat 1870 m., tad patvirtinti, kad konkretus dirbinys buvo pagamintas konkreto gamintojo gali būti sudėtinga. Šiuo atveju padėti gali nepriklausoma dirbinio ekspertizė, atliekama patyrusių ekspertų. Dirbinio vertę kuria jo dydis, amžius, retumas, dekoratyvinis (puošybos) patrauklumas ir būklė. Dirbinio vertę mažina įtrūkimai, įskilimai ir pan. [21, 56].

Vertingiausiais laikomi dirbiniai, kurių kilmės šalys yra Kinija, Japonija, Didžioji Britanija ir Danija. Kalbant apie Kinijos porcelianą reikėtų pažymėti, kad reikšmingiausiais ir patraukliausiai investavimui laikomi dirbiniai, kurie buvo pagaminti Mingų ir Čingų dinastijų laikais. Porceliano gamybą Kinija pradėjo Tang dinastijos laikais (618-906 m.m.) ir ją vykdė iki vėlyvojo Ming dinastijos periodo (1368-1644 m.m.). Europos gamintojai ilgai negalėjo prilygti kinų porceliano gamintojams. Dėl to kinų porceliano paklausa ženkliai išaugo ir jis tapo vienu pagrindinių Europos valstybių importo objektu. Manoma, kad pirmieji Japonijos porceliano dirbiniai buvo pagaminti 1616 m. Jiems didelės įtakos turėjo kinų porceliano gamybos tradicijos, tačiau tuo pat metu šie dirbiniai pasižymėjo charakteringomis spalvomis ir raštais [21].

Anglijos porcelianas gali būti skirstomas į ankstyvuosius ir vėlyvuosius dirbinius. Ankstyvieji dirbiniai pasižymėjo sąlyginai paprastu dekoru ir buvo prastesnės kokybės nei kinų ar japonų porceliano dirbiniai. Vėlyviesiems porceliano dirbiniams būdinga spalvų ir dekorų gausa. Jie neretai vaizduodavo karalienės Viktorijos laikų įvykius ar svarbias asmenybes. Tarp reikšmingų Anglijos porceliano gamintojų dažniausiai minimi šie Anglijos miestai: Stafordšyras, Čelsis, Bou, Bristolis, Vorčesteris ir Derbis [21].

Vertingiausiu Danijos porcelianu laikomas „mėlynasis“ porcelianas, kuris dar vadinamas *Delft* [21].

Investavimas į stiklo gaminius

Šiai kategorijai priklauso grafinai, stiklinės, dubenėliai ir netgi prespapjė. Konkretus dirbinio iš stiklo vertė priklauso nuo jo retumo, dirbinio formos, spalvos ir dekorų [21].

Dirbiniai iš stiklo smulkiau skirstomi į dirbinius iš grynojo (buitinio) stiklo, dirbinius iš krištolo, dirbinius iš *potash* stiklo. Stiklo dirbiniai dekoruojami pasitelkiant raižymą, glazūravimą, apdegimą, auksavimą ir graviravimą [21].

Investavimas į stiklą nėra itin populiarumas. Taip atsitiko dėl palyginti didelės klastojimo tikimybės ir paties stiklo dirbinio trapumo.

Investavimas į knygas ir rankraščius

Investavimas į antikvarines ir/ ar retas knygas ar netgi kryptingas jų kolekcionavimas yra patrauklus plačiai auditorijai: nuo kolekcininkų iki knygų mylėtojų. Knygos yra universalūs laikmečio „liudininkai“. Dėl joms gaminti naudotų medžiagų, spausdinimo/ gamybos būdų ir pan. jie pasižymi didele istorine svarba.

Vertingiausiomis dažniausiai laikomos šios knygos [21, 64]:

- ✓ Pirmasis konkrečios knygos leidimas;
- ✓ Knygos, pasirašytos jų autorių;
- ✓ Knygos, kurios anksčiau buvo įžymių žmonių nuosavybėje;
- ✓ Knygos, pasižyminčios įdomiu dizainu, tipografija ar iliustracijomis.

Įtakos knygos vertei taip pat turi ir jos būklė, jos kilmė, knygos istorinė reikšmė. Iš visų paminėtų veiksnių knygos būklė laikoma vienu svarbiausiu. Idealiu atveju knyga turi būti švari, su viršeliu, mažai vartyta ir nepažeistais puslapiais. Jei knyga purvina, joje trūksta puslapių, ar joje prirašyta, tokios knygos vertė mažėja. Išimtį sudaro tik tie atvejai, kai knygos pakraščiuose rašė įžymus asmuo ar pats autorius – tai knygai gali suteikti papildomo patrauklumo [21, 64].

Lewis Carroll, C.S. Lewis, Dylan Thomas ir Virginia Woolf laikomi laiko patikrintais autoriais, kurių pirmo leidimo knygos yra vienos geidžiamiausių. Prieš keletą metų *Phillips* ir *Christie's* aukcionai sudarė sąrašą knygų, kurių pirmieji leidimai buvo parduoti už rekordines kainas: *K. Grahame „The Wind in the Willows“* – 40 tūkst. svarų sterlingų, *G. Green „Bring Rock“* – 20 tūkst. svarų sterlingų, *I. Fleming „Casino Royale“* – 5 tūkst. svarų sterlingų, *G. Green „Babbling April“* – 2,760 tūkst. svarų sterlingų [64].

Brangiausiu visų laikų rankraščiu laikoma 1999 m. už rekordinę sumą – 8,5 mln. svarų sterlingų parduota maldaknygė. Gausiai iliustruota maldaknygė – tai Renesanso epochos šedevras. Manoma, kad ji buvo atspausdinta Belgijoje apie 1505 metus.

Pasirašytų ir nepasirašytų knygų kainos gali ženkliai skirtis, pvz., autoriaus pasirašytas pirmojo leidimo *Tess of the D'Urbervilles* knygos egzempliorius buvo parduotas už 45 tūkst. svarų sterlingų, o nepasirašytas tos paties leidimo tos pačios knygos egzempliorius – už 6 tūkst. svarų sterlingų [64].

Tarp investavimo į knygas privalumų visų pirma minima galimybė investuoti į knygas tiek tarptautiniu, tiek vietiniu mastu, t. y. galima koncentruotis tik į pasaulio klasikus (pvz., Šekspyrą) arba tik į autorius, reikšmingus konkrečiai valstybei, (pvz., Lietuvos atveju – išeivijos autoriai). Knygos pasižymi mažais gabaritais, tad jas nesudėtinga transportuoti ir saugoti. Dažniausiai jų priežiūra nėra sudėtinga. Tačiau kai kuriais atvejais knygos saugojimui gali prireikti specialių kontenerių tam, kad sąlytis su oru būtų minimalus [21, 64].

Pagrindinis investavimo į knygas trūkumas yra didelė jos sugadinimo dėl intensyvaus naudojimo ar netinkamo saugojimo tikimybė [21].

Priėmus sprendimą investuoti į knygas ir rankraščius, Lietuvos ekspertai pataria pagalvoti kokias knygas investuotojui būtų įdomu kaupiti. Ekspertų teigimu aktyviai besidomint investavimu ir/ ar kolekcionavimu per tam tikrą laiką atsiranda natūralūs prioritetai ir susidomėjimo sritys: vienas kolekcininkas renka vieno autoriaus visas išleistos knygas, kitas – tik su autografais ar tik jam padovanotas knygas, trečias – istorinę ar mokslinę literatūrą. Pradedančiam investuotojui ekspertai pataria apibrėžti, kokia suma bus skirta ilgam laikui investuoti į knygas, nes nuo to priklausys, kokios knygos bus perkamos. Turint didesnę pinigų sumą galima iš karto nusipirkti retą knygą, kurios vertė ateityje neabejotinai kils. Svarbu nepamiršti, kad knygos yra ilgalaikė investicija, tad greito pelno tikėtis nereikėtų [59].

Knygų antikvaras V. Staniulis pasakoja, kad turėjęs pirmąją spausdintą Danieliaus Klienų lietuvių kalbos gramatiką (1653 m.), bet perkraustant savo knygyną į naujas patalpas 2001 m. teko ją parduoti už 100 tūkst. litų. Dabar, jo nuomone, ši knyga būtų verta apie 300 tūkst. litų [59].

Jau minėto antikvaro teigimu šiuo metu verta investuoti į dar rinkoje pasitaikančius išėivijos leidinius. Anot jo, tokie leidiniai ateityje smarkiai brangs. Dabar nusipirkus Kazio Bradūno, kitų išėivių knygų pirmuosius leidimus ar knygas, leistas autoriams gyviems esant, vėliau galima sulaukti didelio pelno [59].

Lietuvos ekspertų nuomone investavimas į knygas yra gerokai saugesnis nei dailės ar kitų meno kūrinių kolekcionavimas, nes, anot jų, seną knygą suklustoti yra sudėtinga ir ekonomine prasme nenaudinga. Juntamos naudos klastotojams falsifikavimas neduoda dar ir dėl to, kad savininkų istorija labai kruopščiai kontroliuojama aukcionuose [59].

Pasak kolekcininką R. Mankų norint sėkmingai investuoti į knygas, kaip ir bet kur kitur, būtina stebėti rinką ir suvokti, kad ekonominio nuosmukio metu visas turtas, taip pat ir knygos, kainuoja pigiau. Skirtingais laikotarpiais knygų, kaip ir aukso, vertė gali labai svyruoti. Jis taip pat akcentuoja, kad kuo daugiau investuotojas žino apie savo knygas, tuo mažesnę jis patiria riziką. Kuo mažiau investuotojas išmano apie turimas knygas, tuo sunkiau jam knygas bus parduoti susidarius bent kiek nepalankesnėms aplinkybėms. Pasak kolekcininką R. Mankų, geriausia, jei į knygas žiūrima ne tik kaip į potencialų pelno šaltinį, bet ir kaip į kasdieninį malonumą ar tam tikras žinias teikiantį šaltinį. Tas knygas, kurias su malonumu skaito pats investuotojas ir parduoti bus gerokai lengviau [59].

Investavimas į sidabro ir kitų metalų dirbinius

Antikvarinių sidabro ir kitų tauriųjų metalų dirbinių kainos pastaruoju metu tik kyla, todėl šie dirbiniai laikomi santykiškai saugia investicija. Pvz., JAV neseniai buvo perparduoti du 18 a. vyno laikikliai – pradinė jų kaina aukcione buvo 125 tūkst. JAV dolerių. Privatusis kolekcininkas juos nusipirko už 299,5 tūkst. JAV dolerių [69].

Tiffany sidabro dirbiniai ypač populiarūs Europoje. Praėjus keletui metų po JAV civilinio karo, *Tiffany* gamyboje pradėjo naudoti sidabrą, varį ir bronzą. Šie metalai – gryniesi ar maišyti tarpusavyje – buvo naudojami ąsočių, padėklų, vazų ir t. t. gamyboje. Dirbiniai buvo gausiai graviruojami/ inkrustuojami roplių, vėžiagyvių ir vabzdžių piešiniais. Europiečiai pirmą kartą *Tiffany* gaminius įsigijo 1876 m. Paryžiaus parodoje ir nuo to laiko jų vertė tik didėja. Pvz., dirbinio, įsigyto už 1 tūkst. JAV 1970 metais ir vėliau, dabartinė kaina būtų apie 40 - 45 tūkst. JAV dolerių [69].

Brangieji metalai, ypač auksas gali būti teisingas pasirinkimas norint apsaugoti savo turtą. Tačiau ekspertai pataria, kad į tokį turtą verta investuoti ne daugiau kaip 5 proc. visų bendrų investicijų. Nors ši investicija kinta per trumpą laiką, kainos gali būti nenusipėjamos ilgą laiką. [14]

Investavimas į muzikos instrumentus ir muzikinių kūrinių rankraščius

Didžiausio investuotojų dėmesio sulaukia pianinai (fortepijonai, rojaliai) ir smuikai. JAV ekspertai teigia, kad dabar patraukliausi investavimui yra 1920 m. ir vėliau pagaminti *Steinway* rojaliai, kurių vieneto kaina yra apie 45 tūkst. JAV dolerių. Europoje brangiausiais antikvariniais rojaliais laikomi *Fazioli* (Italija) ir *Bosendorfer* (Austrija) – vieneto kaina gali siekti iki 180 tūkst. JAV dolerių [69].

Kitas paklausus muzikos instrumentas – smuikas. Rekordinę sumą buvo sumokėta už *Yehudi Menuhin Guarnerius Del Gesu* smuiką – 6 mln. JAV dolerių. Netgi vidutinės kokybės *Stradivarius* smuiko kaina gali siekti iki 600 tūkst. svarų sterlingų ir ateityje, tikėtina, kad ši kaina tik didės. Manoma, kad šiuo metu pasaulyje liko apie 500 *Stradivarius* smuikų, tad su amžiumi išlikusių egzempliorių kaina tik didės [69].

Nemažiau paklausūs yra ir muzikinių kūrinių rankraščiai. Pvz., 2003 m. Bethoveno 9 simfonijos rankraštis su kompozitoriaus ranka rašytomis kūrinių korekcijomis buvo parduotas už daugiau nei 2 mln. svarų sterlingų [69].

Investavimo į antikvarinius daiktus ypatybių apibendrinimas pateikiamas A priede.

Kitoje darbo dalyje išanalizuosime investicijų į kolekcinės vertybės ypatumus.

2.2 Investicijų į kolekcinės vertybės ypatybės

Samprata

Kolekcinės vertybės apibrėžiamos kaip daiktai, kurių vertė tiesiogiai priklauso nuo jų retumo, t. y. šiuo atveju santykiškai mažo to paties daikto, pvz. komiksų knygelės, vienetų skaičiaus. Šios vertybės dažnai apibūdinamos kaip ribotas leidimas, vienintelis išlikęs egzempliorius ir t. t. Ekonominė prasme kolekcinės vertybės savo vertę sukuria dėl ribotos pasiūlos ir palyginti didelės paklausos. Tačiau taip pat svarbu atsiminti, kad šiuo atveju tokie neišmatuojami veiksniai, kaip emocinė ar istorinė svarba, nulems, taps daiktas ateityje kolekcinė vertybe ar ne [21]. Tinkami pavyzdžiai būtų: žaislai, pvz., „Žvaigždžių karų“ personažų, autografai, muzikos įrašai ir komiksų knygelės.

Sąvokos „investuotojas“ ir „kolekcininkas“ ne visada tapačios. Kolekcininkas perka naujus daiktus tam, kad papildytų kolekciją – galima finansinė nauda šiuo atveju ne tokia svarbi, pelnas labiau atsitiktinis (jo sąmoningai nesiekama). Investuotojas gi perka daiktus, nes nori užsidirbti iš jų pardavimo ateityje. Priešingai nei kolekcininkas jis retai „prisiriša“ prie įsigytų daiktų [69].

Investavimas į vyną

Dėl vyno populiarumo visame pasaulyje kasmet šio gėrimo suvartojama vis daugiau. Kiekvienais metais vyno suvartojimas pasaulyje didėja vidutiniškai po 266 milijonus butelių. Sparčiausiai suvartojimas didėja Rusijoje, Kinijoje ir kitose Azijos šalyse. Auganti vyno paklausa, o tuo pačiu ir didėjančios jo kainos sudaro palankias sąlygas investuoti į vyną. Sąlyga, kad vyno rinka praktiškai neturi sąsajų su vertybinių popierių ir žaliavų rinkomis, šias investicijas daro dar patrauklesnes. Investuotojų susidomėjimą šia investicijų sritimi parodo keletas faktų: vynu prekiaujančių aukcionų apyvarta 2007 m. augo vidutiniškai 25 proc. (bendrai pasiekė 301 mln. dolerių apyvartą). Daugumos investicijų į vyną fondų grąžą 2006 m. perkopė 20 proc. reikšmę [13].

Investavimo į vyno rinkos pagrindą sudaro du labai paprasti dalykai: pasaulinė vyno paklausa didėja, o pasiūla beveik nedidėja arba didėja kur kas lėčiau nei paklausa. Taip yra todėl, kad nėra galimybių išplėsti vynuogynų plotų, be to, vyno kokybė labai priklauso nuo gamtos sąlygų, todėl blogų metų vynas kaip kolekcinis gali neturėti vertės. [25]

Kalbant apie vyno rinką galima pasakyti, kad vyno rinka yra globali ir itin dinamiška – kai kurios vyno rūšys dingsta. Tačiau vyno rinkoje yra apie 100 - 150 vynu, kurių paklausa sąlyginai pastovi. Brangių vynu kaina didėja sparčiau nei pigesnių. Pigesni vynai brangsta mažiau, nes juos

galima saugoti trumpiau. Brangesnius vynus galima saugoti 20 - 40 metų. Likvidžiausiais laikomi Bordo raudonieji ir baltieji saldūs, Burgundijos raudonieji ir nedidelė dalis baltųjų bei Porto vynų. Kiti vynai sudaro sąlyginai mažą rinkos dalį [13].

Geriausia investuoti į brangius vynus, nes kuo vynas brangesnis, tuo labiau pakyla jo kaina, nes būtent brangūs vynai ir yra įdomiausi šios rinkos investicijų objektai. Todėl Bordo regionas su savo senomis vyndarystės tradicijomis ir toliau karaliauja, nors nėra jokios abejonės, kad visas šis reikalas, besisukantis aplink Bordo, yra pernelyg išpūstas. [25]

Orientuotis vyno rinkos tendencijose investuotojams padeda *Liv - ex 100* indeksas (angl. *London International Vintners Exchange*), kuris atspindi rinkos situaciją ir yra patogus finansiniams vyno investuotojams. Indeksą sukūrė tarptautinės Londono vyno prekeivių birža – *Liv - ex 100*. Indeksas apskaičiuojamas kiekvieno mėnesio pabaigoje, fiksuojant 100 atrinktų vynų kainas. 92,36 proc. šio indekso sudaro Prancūzijos Bordo regiono raudonieji vynai, likusią dalį – Prancūzijos Šampanės, Burgundijos ir Ronos slėnio bei keli Italijos vynai [13].

Vyną, tinkamą investavimui, galima įsigyti užsienio parduotuvėse, aukcionuose, iš vyno pirklių ar privačiųjų asmenų. Beveik visur ir visada perkant vyną, dalyvauja vyno konsultantas. Pastarojo nuomonė padeda net ir didžiausiems investuotojams ir yra vertinga neprofesionaliems vyno pirkėjams. Vis dėlto rimtai investuojantys į vyną asmenys/ investiciniai fondai vyną įsigyja tarptautiniuose aukcionuose, pvz., *Christie* ar *Sotheby*. Nusipirkus vyną, jį rekomenduojama saugoti ne mažiau nei 5 metus [13].

Lietuvoje kolekcinio vyno rinkos praktiškai nėra. Yra tik keletas rimtų vyno investuotojų ir dar kelios dešimtys profesionalių vyno kolekcionierių, vynus perkančių kolekcijoms ir asmeniniam vartojimui [13]. Manoma, kad kolekcinio vyno rinkos Lietuvoje praktiškai nėra, kadangi tai būtų gana rizikinga investicija. Juk emocinių vertybių draudimas Lietuvoje nėra populiarus, nes draudimo bendrovės retai gali pasiūlyti tinkamas paslaugas.

Pasak verslininko Juliaus Urbaičio, garsėjančio meno vertybių, alkoholinių gėrimų ir išskirtinių automobilių bei motociklų kolekcijomis, nei jis, nei dauguma jo bendraminčių brangaus vyno kolekcijų Lietuvoje nedraudžia. Jis tikino, kad savo vyno, meno ir automobilių kolekcijas apdraudžia užsienio bendrovėse [35].

Norint pradėti investuoti, ekspertų nuomone, reikia turėti bent 1500 Lt. Tokios sumos pakaktų nusipirkti 12 butelių penktojo *Grand Cru Classe* vyno. Tačiau investuotojai, siekiantys didesnės gražos turėtų skirti didesnę sumą. Brangiausias visų laikų vynas parduotas *Christie* aukcione – tai 1945 m. *Chateau Mouton-Rothschild*. Už 12 butelių buvo sumokėta beveik 1,2 mln. Lt (vienas butelis – 200 tūkst. Lt) [13].

Investavimo į vyną privalumai [21]:

- ✓ Investuotojui suteikia galimybę sudaryti asmeninį investicijų portfelį, remiantis konkretaus asmens rizikos tolerancija ir lūkesčiais;
- ✓ Vynas yra patrauklus tarptautinės prekybos objektas ir jo perleidimas kitiems pirkėjams yra pakankamai lengvas;
- ✓ Aukcionai, kaip pirminė vyno išsigijimo vieta, yra pripažinti tarptautiniu mastu;
- ✓ Didžiojoje dalyje šalių egzistuoja mokesčių lengvatos, susijusios su investavimu į vynus;
- ✓ Tuo atveju, jeigu vyną parduoti tampa nepelninga, jį galima suvartoti.

Investavimo į vyną trūkumai [21]:

- ✓ Vyno vertė gali sumažėti, jeigu jo laikymo sąlygos yra netinkamos. Vyno buteliai turi būti paguldyti ir laikomi 12 laipsnių temperatūroje. Patalpoje turi būti palaikoma 60 - 70 proc. drėgmė. Vynas turi būti laikomas tamsoje, negali būti vibracijos ar pašalinių kvapų [13];
- ✓ Vynas gali būti pervertintas jo pirkimo metu, tad vėliau jo vertė gali smarkiai sumažėti. Taip atsitinka dėl trumpalaikių rinkos tendencijų ar spekuliacijos;
- ✓ Tam tikros išlaidos gali sumažinti tikėtiną pelną, pvz., vyno draudimo, saugojimo išlaidos, komisiniai ir pan.;
- ✓ Vyno rinka didžiąja dalimi nėra reguliuojama, todėl gali pasitaikyti piktnaudžiavimo atvejų.

Investavimas į pašto ženklus

Lyginant su kitomis investicijų į emocines vertybes grupėmis, pašto ženklai pasižymi santykiškai dideliu populiarumu. Dažniausiai pašto ženklus pradedama kolekcionuoti nuo vaikystės/ paauglystės. Vėliau šis pomėgis tampa rimtu hobiu, kuris turi potencialą peraugti į investicinę veiklą. Pasak Paul'ą Fraser'į, *Stanley Gibbons International* pirmininko, visame pasaulyje yra daugiau nei 30 mln. kolekcininkų [21, 62].

Pašto ženklai, kaip investavimo kategorija, pasižymi dideliu įvairumu, todėl įprastai kolekcininkai/ investuotojai specializuojasi tam tikroje kolekcionavimo srityje, pvz., kolekcionuoja tikrai tam tikro laikotarpio, konkrečios šalies/ regiono, atspausdintus su klaidomis/ defektais, atmintinų įvykių (pvz., Olimpinių Žaidynių) ir pan. pašto ženklus [21, 62].

Pašto ženklai skirstomi į du tipus: specialieji ir atmintini (atmintinų įvykių). Specialieji pašto ženklai pasižymi temų platumu: tautiniai motyvai ir folkloras, gėlės, paukščiai, augalai,

architektūra, žymių dalinininkų paveiksai ir t. t., o atmintini pašto ženklai didžiaja dalimi dedikuoti politinėms temoms ir įvykiams [70].

Orientuotis pašto ženklų įvairovėje ir kainose kolekcininkams/ investuotojams padeda SG 100 indeksas (angl. *SG 100 index*), kurį 2000 m. sukūrė stambus Jungtinės Karalystės pašto ženklų pardavimo tarpininkas – kompanija *Stanley Gibbons (SG)*. Indekso pagrindas – faktinės 100 dažniausiai pasaulyje perkamų ir parduodamų pašto ženklų kainos svarais sterlingais. Pašto ženklai, naudojami indeksui apskaičiuoti, imami iš šių stambių sričių: 1) Didžioji Britanija; 2) Britų Sandrauga² (angl. *British Commonwealth*); 3) „užsienio“ šalys, tokios kaip Kinija, JAV, Japonija ir Europos valstybės. Be šio pagrindinio indekso yra dar du papildomi: GB 30 Retenybių indeksas (angl. *GB 30 Rarities Index*), kuris taikomas retiems Didžiosios Britanijos pašto ženklams, ir Britų Sandraugos klaidų ir retenybių indeksas (angl. *British Commonwealth 30 Errors & Rarities Index*), kuris taikomas retiems Britų Sandraugos šalyse leidžiamiems pašto ženklams. Minėta kompanija taip pat atsakinga už nuolatinį įvairių pašto ženklų katalogų leidybą [62].

Bendruoju požiūriu pašto ženklų vertė priklauso nuo jo būklės (kaip gerai išsilaikęs), retumo ir meninės vertės. Taip pat verta paminėti, kad pilnos pašto ženklų serijos vertinamos labiau nei nepilnos (neužbaigtos) [70].

Didelis kolekcininkų skaičius investuotojui suteikia tam tikrą investicijų į pašto ženklus likvidumo laipsnį. Prie privalumų į pašto ženklus taip pat galima priskirti mažą jų dydį, kuris leidžia lengvai saugoti, transportuoti ir keisti pašto ženklais [21].

Kalbant apie investavimo į šią kategoriją trūkumus verta paminėti, kad ne visi pašto ženklai yra patrauklūs investavimui tarptautiniu mastu: kai kurie jų vertinami tikrai konkrečios šalies, kur jie buvo atspausdinti, teritorijoje [21].

Dėl pašto ženklų paklausos ateityje vieningos nuomonės nėra. Viena vertus manoma, kad ateityje susidomėjimas pašto ženklais tikrai mažės, nes kolekcionuoti pašto ženklus įprastai išmokstama vaikystėje/ paauglystėje, tačiau šiuolaikiniai vaikai labiau domisi kompiuteriniais žaidimais, internetu ir televizija, bet ne pašto ženklais [21]. Kita vertus prognozuojama, kad dėl globalaus aukciono namų (tiek tradicinių, pvz. *Sotheby*, tiek veikiančių išimtinai *on-line* principu) tinklo, santykiškai didelio pašto ženklų platintojų ir tarpininkų skaičiaus (vien Didžiojoje Britanijoje jų yra daugiau nei 600), nuolat leidžiamų pašto ženklų katalogų ir reguliariai atnaujinamų pašto ženklų indeksų, pašto ženklų, kaip investicijų objekto, populiarumas augs, nes visos šios sąlygos užtikrina palyginti didelį jų likvidumą [17].

² Tai savanoriška nepriklausomų valstybių asociacija. Didžioji dalis esamų asociacijos narių anksčiau buvo Jungtinės Karalystės kolonijomis – iš čia ir pavadinimas „Britų Sandrauga“.

10 priežasčių, skatinančių investuoti į pašto ženklus [27]:

- ✓ Patikimas investavimas su garantuotu pelnu.
- ✓ 150 metų patarimų patirtis.
- ✓ Mažėjanti kokybiškų daiktų pasiūla.
- ✓ Kylanti ekonomika.
- ✓ Investavimas remiamas 48 milijonų kolekcionierių visame pasaulyje.
- ✓ Kapitalo apsauga.
- ✓ Neribotas pelnas.
- ✓ Nemokamas draudimas ir saugojimas.
- ✓ Nemokamas kasmetinis įvertinimas.

Investavimas į monetas

Lyginant su kitomis investicijų į emocinį turtą grupėmis, monetas laikomos viena patikimiausių ir vieną aukščiausių likvidumo rodiklių turinčių investicinių priemonių [21, 69].

Bendrai monetas skirstomos į dvi stambias kategorijas: numizmatines ir investicines (dar vadinamos kolekcinėmis arba proginėmis monetomis). *Numizmatinės monetas* – tai monetas, kurios buvo naudojamos tam tikros šalies pinigų apyvartoje. Konkretios monetas vertę kuriantys veiksniai yra: retumas, amžius, būklė ir istorinė - meninė vertė. Faktinė metalo, iš kurio pagaminta moneta, vertė nėra vertę kuriantis veiksnys. *Investicines monetas* nukaldina šalies centrinis bankas. Šio tipo monetas niekada nepatenka į pinigų apyvartą [21, 40]. Įprastai jie skirti tam tikram įvykiui atminti arba pasižymi tam tikra tematika, pvz., Lietuvos Banko 100 litų moneta iš serijos, skirtos Lietuvos vardo minėjimo tūkstantmečiui; Lietuvos Banko 50 litų moneta, skirta Lietuvos gamtai; Lietuvos Banko 50 litų moneta, skirta XXIX Olimpinėms žaidynėms ir pan. Investicinių monetų vertė labiau priklauso nuo metalo, iš kurių jie pagaminti, vertės, negu nuo jų retumo ar meninės išraiškos. Šioms monetoms kaldinti dažniausiai naudojami: auksas, sidabras, platina ir paladiumas. Labiausiai vertinamos „bankinės būklės“ investicinės monetas, t. y. monetas, kurių laikymo kapsulė nepažeista.

Pasauliniu mastu labiausiai investuotojų vertinamos šių pavadinimų investicinės monetas: auksinis *amerikietiškas erelis* (angl. *U.S. Gold Eagles*), *kanadietiškas klevo lapas* (angl. *Canadian Maple Leaves*), *Australijos Kengūra* (angl. *Australian Kangaroos*), *Pietų Afrikos Kriugerandas* (angl. *S.A. Kruger Rands*) ir *Austrijos Filharmonija* (angl. *Austrian Philharmonics*) [21].

Prie investicijų į investicines monetas privalumų priskiriamos šios aplinkybės [21]:

1. Monetas kaldinamos kelių standartinių dydžių: 1, 0,5, 0,25 ir 0,1 uncijos;
2. Monetas pripažintos pasauliniu mastu kaip patikima investicijų priemonė;

3. Šio tipo monetos yra itin likvidžios, ypač lyginant su numizmatinėmis monetomis;
4. Dėl aukšto monetų likvidumo, investuotojai jas gali rinktis kaip alternatyvą aukso luitams;

Šiuo metu bene vertingiausia moneta pasaulyje laikoma 20 JAV dolerių dvigubo erelio moneta, kuri 1933 m. buvo nukaldinta prezidento Ruzvelto įsakymu. Šios monetos niekada nepateko į apyvartą ir buvo laikoma, kad visas jų tiražas buvo sunaikintas 1950 - aisiais. Tačiau vienas egzempliorius išliko ir 2002 m. buvo parduotas už rekordinę 7,5 mln. JAV dolerių sumą [69].

Lietuvos monetų kolekcininkai labiausiai vertina Lietuvos Didžiosios Kunigaikštystės ir carinės Rusijos laikų monetas. Tarybinės monetos mažai paklausios ir didelio jų paklausos šuolio ateityje kol kas neprognozuojama [40].

Kalbant apie Lietuvos Banko išleistas investicines monetas, reikėtų pažymėti, kad labiausiai domimasi sporto, kultūros ir gamtos temų monetomis, nes jomis domisi ne tik vietiniai, bet ir užsienio kolekcininkai. Investicinės monetos, išleistos Lietuvos žymių žmonių gimimo ar mirties datoms atminti, tarp užsienio kolekcininkų yra mažiau populiarios [40].

Viena brangiausių Lietuvos banko išleistų investicinių monetų yra laikoma pirmoji po nepriklausomybės paskelbimo nukalta moneta – 1994 m. sidabro moneta, skirta Lilehamerio žiemos Olimpinėms žaidynėms paminėti. 2008 m. ši moneta internetiniame aukcione buvo parduota už 13 tūkst. litų [40].

Investavimas į žaislus

Nors investicijos į žaislus dėl mados tendencijų ir santykiškai nestabilios paklausos yra rizikingos, pastaruoju metu reti ir kolekciniai žaislai parduodami už rekordines sumas ir visa tiek antikvarinių, tiek šiuolaikinių žaislų rinka yra pakilimo stadijoje. Kaip pavyzdį galima būtų paminėti *Christie* aukcione parduotą už 91750 svarų sterlingų vokiečių kompanijos *Steiff* pagamintą pliušinį meškiuką arba *A. Marque Bebe* lėlę, pagamintą 1913 m. ir parduotą už 56500 svarų sterlingų [26].

Kalbant apie investavimą į žaislus būtina pažymėti, kad galima finansinė nauda iš žaislo įsigijimo yra antrinis veiksnys, įtakojantis spendimą pirkti. Pirmoje vietoje vis dėlto yra investuotojo/ kolekcininko emocinis ryšis su tam tikru žaislu (-ais), jo nostalgiški prisiminimai, estetinio pasitenkinimo siekimas ar kiti nefinansiniai motyvai. Kraštutiniu atveju žaislų kolekcionavimas gali tapti aistra ar netgi manija [21, 26, 69].

Investuotojai/ kolekcininkai paprastai specializuojausi konkrečioje srityje, pvz., vieni perka/renka vien robotus ar automobilių modeliukus, kiti perka vien lėles arba tik pliušinius meškiukus ir t. t.

Kolekciniai žaislai į smulkesnes grupes skirstomi:

- ✓ pagal medžiagą, iš kurios jie pagaminti (medis, porcelianas ir t. t.);
- ✓ pagal amžių (antikiniai ir šiuolaikiniai);
- ✓ pagal kategoriją, kuriai gali būti priskirtas žaislas (gyvūnai, kareivėliai, automobilių modeliai, robotai ir pan.).

Kolekciniai žaislai paprastai yra pagaminti iš vienos iš žemiau išvardintų medžiagų [21]:

- ✓ *Švinas*. Buvo naudotas kareivėlių ir kitų žaislų gamybai 18 - 19 amžiuose;
- ✓ *Išlydytas metalas*. Žaislas buvo gaminamas išlydytu metalu užpildant iš anksto paruoštas formas. Tokio tipo žaislai vadinami *Die - cast*;
- ✓ *Medis*. Laikoma viena pirmųjų medžiagų, iš kurių buvo gaminami žaislai;
- ✓ *Celuloidas (seniausia žinoma plastmasė)*. Buvo naudojamas žaislų gamyboje prieš išrandant plastmasę;
- ✓ *Skarda*. Ši medžiaga žaislų gamyboje buvo naudojama laikotarpyje nuo 19 a. pabaigos iki 20 a. pradžios. Šie žaislai laikomi industrinės revoliucijos simboliais ir visų pirma atspindi traukinių, lėktuvų, ir automobilių atsiradimą ir plėtojimąsi.

Kadangi žaislų įvairovė yra itin didelė, šio skyrelio ribose norėtusi plačiai apžvelgti tik kelias žaislų grupes: žaislus, pagamintus iš medžio ar metalo, lėles ir pliušinius meškiukus.

Žaislai, pagaminti iš medžio ar metalo

Žaislai, pagaminti iš medžio, yra mažiau rafinuoti, ne tokie subtilūs ir patrauklūs, lyginant su žaislais, pagamintais iš kitų medžiagų. Kolekcinį medinių žaislų rinkoje dominuoja vokiečių ir JAV gamintojai, žaislus pakankamai kiekiams gaminę 19 - 20 amžiuose. Tarp JAV gamintojų ypač vertingus medinius žaislus gamino kompanija *Schoenhut Company* [21].

Kolekciniai žaisliniai kareivėliai, kurie investicine priemone laikomi nuo 18 - 19 a., dažnai buvo gaminami iš švino. Jie buvo gaminami dviejų tipų: pilnaviduriai arba tuščiaviduriai. Labiausiai kolekcininkų tarpe vertinami *Lucotte*, *Heyde* ir *William Britain* pagaminti kareivėliai [21].

Žaislų, pagamintų iš išlydyto metalo, rinkoje dominuoja *Dinky Toys* – tai žaisliniai automobiliai, sunkvežimiai, orlaiviai ir laivai. Populiariausi šios grupės žaislai yra pagaminti Jungtinės Karalystės kompanijos *Meccano Co.* [21].

Lėlės

Lėlės – itin plati žaislų kategorija, todėl yra pagrįstas poreikis lėles skirstyti į smulkesnes grupes. Dažniausiai tokio skirstymo pagrindas – medžiaga, iš kurios pagaminta lėlės galva. Tai gali būti medis, neglazūruotas porcelianas, audinys ar įvairių medžiagų mišinys. Lėlės vertę gali padidinti jos drabužiai/ kostiumas, nes gerai išsilaikę originalūs lėlės drabužiai yra labai vertinami [21, 61, 69].

19 - 20 amžių laikotarpyje lėlių gaminimo meną smarkiai paveikė naujai atrastos medžiagos ir technikų atradimai: lėlės pradėtos gaminti iš audinių skiaučių, porceliano, celuloido, vaško, papjė - mašė, plastmasės, vinilo. Lėlių kolekcininkai paprastai renka tik iš vienos medžiagos pagamintas lėles, pvz., medinės lėlės, plastikinės lėlės ar pagamintos iš audinių lėlės ir t. t. 21, 61].

Tam, kad lėlė taptų patraukli investavimui, ji nebūtinai turi būti antikvarinė. Šiuo metu auga pirmųjų *Barbie* ir *Sindy* lėlių rinka. Ypač vertinama, jei lėlė parduodama originalioje pakuotėje su drabužiais ir papildomais aksesuarais. Pvz., 1959 metais už 2 dolerius nupirkta *Barbie* lėlė šiuo metu gali būti verta iki 1000 JAV dolerių [26, 69].

Nors lėles daugiausia kolekcionuoja moterys, tačiau vyrai irgi rado savo nišą šioje žaislų kategorijoje. Šiuo atveju turima galvoje *Action men* lėles – jas dažniausiai kolekcionuoja 30 - 40 metų vyrai su aukštesnėmis nei vidutinės pajamomis, norintys turėti savo vaikystės žaislus. *Action Men* lėlės ekspertų laikomi palyginti saugia investicija, nes šių lėlių rinka atsirado 1991 m., dar nepasiekė savo potencialo ir nuo rinkos atsiradimo lėlių kainos pakilo 300 - 400 procentų [69].

Pliušiniai meškiukai

Pirmasis pliušinis meškiukas (*angl. Teddy Bear*) buvo pagamintas 1902 m. vokiečių kompanijos *Steiff*. Pirmųjų *Steiff* miškiukų autentiškumą patvirtina nikelio saga, įsiūta į kairiąją meškiuko ausį – būtent šie ankstyvieji egzemplioriai yra itin vertinami kaip investicijų objektai. Reti mėlynos ir juodos spalvos *Steiff* pliušiniai meškiukai buvo parduoti atitinkamai už 49500 ir 22000 svarų sterlingų. *Steiff* meškiukai ir šiais laikais gaminami rankomis: kiekvieną žaislą sudaro iki 30 dalių, kurios susiuvamos į vieną užbaigtą gyvūną. *Steiff* ir kitų ankstyvųjų gamintojų pagaminti pliušiniai meškiukai laikomi itin vertingais dėl savo istorinės reikšmės ir išimtinai aukštos pagaminimo kokybės [21, 46, 69].

Bendruoju atveju žaislo vertę nulemia šie veiksniai: gamintojas, konkretaus modelio retumas ir bendra žaislo būklė. Žaislai originalioje pakuotėje paprastai kainuoja brangiau nei analogiški žaislai be pakuotės [21, 26].

Tam tikro laikotarpio žaislai gali būti itin geidžiami tam tikro amžiaus žmonių. Tai gali lemti jų vertę, tad investuotojas/ kolekcininkas turi gerai žinoti žaislų rinką ir turėti specifinių

žinių apie konkrečius žaislus. Dėl nedidelio dydžio žaislai lengvai transportuojami ir perleidžiami iš vieno pirkėjo kitam [21].

Esminis investavimo į šią grupę trūkumas yra sąlyginai didelis investicijų atsipirkimo laikotarpis (30 metų ar daugiau). Tam, kad žaislas taptų paklausus ir susikurtų didelę vertę, turi žymiai sumažėti konkretaus modelio geros būklės egzempliorių skaičius. Tada žaislas tampa retu, o gera jo būseną sukuria papildomą vertę. Investuotojas/ kolekcininkas taip pat turi žinoti, kad tikimybė nusipirkti klastotą žaislą rinkoje yra didelė [21, 26].

Investavimas į sporto atmintinus daiktus

Sportas vaidina svarbų vaidmenį šiuolaikinėje visuomenėje. Dėl savo azartiškumo, sportinės dvasios ir konkurencijos sportas paprastai pritraukia skirtingo amžiaus, išsilavinimo, lyties, tautybės žmones – tai universalus traukos objektas. Per pastaruosius kelis dešimtmečius daugeliu atvejų sporto šakų iš mėgėjiškų tapo profesionaliomis, taip padidindamos susidomėjimą konkrečia sporto šaka ir suteikdami galimybes užsidirbti iš bilietų, komandų atributikos, reklamos kontraktų ir t. t. Daug žmonių dievina sportininkus ir sportininkes ir pasiruošę sumokėti nemažus pinigus už gabalėlį sporto istorijos. Šios aplinkybės ir leido susikurti sporto atmintinų daiktų rinkai, kuri geografiniu požiūriu gali būti skirstoma į pasaulinę ir lokalią. Pvz., tarptautiniu mastu gali būti paklausūs krepšininko Maiklo Džordano pasirašyti marškinėliai, o vietinės futbolo komandos pasirašyti kamuoliai bus įdomūs tik miesto/ regiono gyventojams [21, 69].

Sporto atmintinų daiktų kategorija itin plati. Jai priklauso žaidimų/ rungtinių laimėtojų taurės ir medaliai, originalūs komandų marškinėliai (angl. *jersey*), žaidimų kamuoliai, šalmai, kriketo/ beisbolo lazdos, sportbačiai, nuotraukos, renginių programos, teminiai kalendoriai, beisbolo/ krepšinio kortelės su sportininkų atvaizdais, komandų atributika ir t. t.

Investavimo požiūriu įdomiausios yra tos sporto šakos ir/ ar sporto renginiai, kurie pripažinti pasauliniu mastu. Tai tenisas, futbolas, Olimpinės žaidynės, motosportas (Formulė 1, Le Mans). Visame pasaulyje taip pat sparčiai populiarėja regbis. Pasaulio mastu saugiausiomis investicijomis laikomos investicijos į golfo ir kriketo sporto atmintinus daiktus, pvz., sidabro medalis, 1832 m. įsteigtas *Musselburgh Golf Club*, *Sotheby* aukcione buvo parduotas už 21,2 tūkst. svarų sterlingų. Tačiau didžiausi pinigai šiuo metu sukasi futbolo šakoje: 2000 m. Pasaulio taurės metu sero *Geoff Hurst* dėvėti marškinėliai buvo parduoti už 91,750 tūkst. svarų sterlingų, o *Pele* Pasaulio taurės metu dėvėti marškinėliai, sulaukę dar didesnio susidomėjimo, buvo parduoti už rekordinę 157,750 tūkst. svarų sterlingų sumą [21, 69].

Priimant sprendimą investuoti, naudinga atsižvelgti ir į konkrečios šalies ypatumus, nes vienoje ar kitoje šalyje viena ar keletą sporto šakų gali būti dominuojančios. Pavyzdžiui Lietuvoje

labai svarbiu yra laikomas krepšinis, Rusijoje - futbolas ir ledo ritulys, o JAV – futbolas, krepšinis ir regbis.

Tų sporto šakų ar renginių, kurie pripažinti tarptautiniu mastu, sporto atminti daiktai laikomi patrauklia investicija. Jie yra paklausūs pasaulio rinkoje, lengvai transportuojami ir saugojami, jų perleidimas iš vieno pirkėjo kitam yra nesudėtingas. Šios investicijos taip pat laikomis likvidžiomis. Papildomą vertę sporto atmintinam daiktui gali sukurti ant jo esantis įžymaus sportininko (-ės) autografas. Pasirašyti daiktai kainuoja daugiau, nei nepasirašyti [21].

Sporto atmintini daiktai sudaro investicinių daiktų klasę, kuri yra sunkiai prognozuojama. Internetinis aukcionas Ebay pastaruoju metu buvo perpildytas Michael Jackson atmintiniais daiktais, kadangi kolekcionieriai norėjo pasipelnėti iš Pop karaliaus mirties. Retumas ir kilmė yra pagrindiniai vertės faktoriai, taip pat kaip ir įžymybės statusas bei populiarumo lygis [14].

Sporto atminti daiktai ne visada turi didelį potencialą ilgai išlaikyti savo vertę, nes neretai jų vertę sukuria mada ar laikina gerbėjų manija. Tad jie gali per trumpą laiką tapti itin paklausūs ir brangūs, tačiau vėliau per trumpą laiką jie gali ir prarasti savo vertę. Investuoti į vietinės reikšmės komandų sporto atmintinus daiktus nerekomenduojama, nes tokios investicijos retai atsiperka ir yra nelikvidžios. Taip pat vertėtų saugotis reprodukcijų ir klastočių, prieš įsigyjant daiktą būtina įsitikinti, kad jis autentiškas [21].

Investavimas į brangakmenius

Investavimas į brangakmenius gali būti atsiperkantis tiek ekonominiu, tiek emociniu požiūriu. Svarbu atkreipti dėmesį, kad brangakmeniai – tai dalis natūralių išteklių (mineralai, uolienos, organinės medžiagos), taigi galima teigti, kad ateityje išgaunamų brangakmenių kiekiai mažės. Manoma, kad su laiku brangakmenių vertė tikrai didės, nes didėjant paklausai, pasiūla išliks pastovaus lygio [21].

Brangakmenio vertė priklauso nuo šių veiksnių: tipas, spalvos, kokybės ir dydžio. Prie populiariausių brangakmenių priskiriami: deimantai, rubinai, smaragdai, safyrai ir opalai [21].

Norėtusi plačiau aptarti brangakmenių kokybę lemiančius veiksnius, panaudojant deimantus, kaip pavyzdį. Deimantų kokybė vertinama pagal 4S metodą. 4S metodas - tai šlifavimas, skaidrumas, spalva ir svoris [10].

Šlifavimas (angl. Cut)

Specifinis deimanto blizgesys gaunamas tik tada, kai akmuo yra idealiai nušlifuotas. Jei deimantas menkai blizga, jo vertė gali sumažėti net 30 - 40 proc. Nušlifuotas deimantas turi puikiai atspindėti šviesą ir žerėti, todėl investuotojai turi ieškoti tokio akmens, kurio šlifavimas yra

įvertintas nuo gerai (angl. *good*) iki labai gerai (angl. *very good*). Jei akmens šlifavimas įvertintas vidutiniškai (angl. *medium*) arba blogai (angl. *poor*), jį įsigyti nerekomenduojama.

Skaidrumas (angl. Clarity)

Dažniausiai dauguma deimantų turi vienokių ar kitokių intarpų. Kuo mažiau intarpų, tuo deimantas skaidresnis ir tuo labiau blizga, atitinkamai ir didesnė deimanto vertė. Deimanto skaidrumas įprastai nustatomas su 10 kartų didinančia lupa, o įvertinimai svyruoja nuo „nėra jokių įbrėžimų išorėje ar intarpų viduje (itin reti deimantai) iki „daug ir labai daug intarpų, intarpai matomi plika akimi“ [10]. Jei intarpai matomi plika akimi, deimanto nepatariama naudoti investicijoms.

Spalva (angl. Colour)

Labiausiai juvelyrikoje vertinami bespalviai deimantai. Jie praleidžia daugiausia šviesos, kuri atspindėdama nuo brangakmenio sienelių sukuria blizgesį. Deimanto spalvingumas nurodomas pasitelkiant anglų kalbos abėcėlę: nuo D (bespalvis) iki Z (deimantas turi gelsvą ar silpnai rudą atspalvį).

Svoris (angl. Carat Weight)

Deimanto svoris matuojamas karatais. Vienas karatas – tai 200 miligramų (t. y. 0,2 gramo). Deimantų svoris matuojamas šimtosiomis dalimis, t. y. svoris negali būti užfiksuotas tiksliau nei 0,01 karato arba 2 mg tikslumu. Įprastai kuo didesnis deimantas, tuo didesnė jo vertė. Tačiau kartais kiti aukščiau paminėti veiksniai nulemia didesnę mažesnio deimanto kainą, pvz., 0,95 karato deimantas gali kainuoti daugiau nei 1,5 karato deimantas, nes pirmasis bus bespalvis ir be intarpų [10].

Prieš įsigydami deimantą investuotojai turi susipažinti su konkreto akmens kokybės sertifikatu. Sertifikatas leidžia nustatyti tikrąją deimanto rinkos vertę pagal visus 4S metodo kriterijus. Tačiau sertifikatas sertifikatui nelygus – vertinami tikrai kompetentingų laboratorijų sertifikatai, kurie skelbiami Tarptautinėje spalvotųjų juvelyrinių akmenų asociacijos (ICA) direktyvoje [10].

Brangakmeniai, kaip investavimo priemonė, yra pripažinti pasauliniu mastu, tad jų pirkimo ir pardavimo rinkos yra tarptautinės. Dėl palyginti mažo dydžio jie lengvai transportuojami, tačiau dėl didelės vertės jų saugojimas ir transportavimas gali pareikalaus papildomų išlaidų (draudimas, apsauga ir pan.). Visais atvejais investuotojams rekomenduojama orientotis į vieną konkretų brangakmenį, pvz., deimantus, naudotis ekspertų paslaugomis, vertinant brangakmenių faktinę vertę, ir nuolat gilinti savo žinias apie juos dominančią investicijų sritį [21].

Investavimas į senovinius automobilius

Senovinių automobilių rinkos situacija priklauso nuo bendros šalies ekonomikos būklės. Kai šalies ekonomika stipri ir auganti, žmonės turi atliekamų pinigų investuoti į senovinius automobilius. Ir atvirkščiai, ekonominei situacijai blogėjant senovinių automobilių rinka smunka [66].

Tačiau bendruoju požiūriu susidomėjimas senovine technika tiek Lietuvoje, tiek pasaulyje didėja. Manoma, kad nemažai žmonių senovinius automobilius perka ne tik dėl galimybės užsidirbti, bet ir dėl emocinių paskatų: noro atgaivinti jaunystės prisiminimus, noro turėti mėgiamą automobilį ir t. t. Pasaulyje šiuo metu auga amerikietišku 1960 - 1970 m. pagamintų galingų sportinių automobilių (angl. *muscle car*) paklausa [21,66].

Tam, kad senovinis automobilis būtų patrauklus investavimui, jo esama būklė turi būti kuo artimesnė originaliai būklei. Šiuo atveju vertė sukurama kruopščiai restauravus automobilį, surūdijusias ir susidėvėjusias detales pakeitus naujomis. Įsigijimo kaina sudaro tik apie 20 - 30 proc. lėšų, kurios išleidžiamos jį restauruojant. Įtakos automobilio vertei turi ir spalva. Pvz., ne originalia spalva perdažytas automobilis jau nebebus laikomas autentišku. Tarkim, jei tarybinis automobilis bus nudažytas rožine, ryškia ar perlamutrinė spalva, jo vertė automatiškai smuks, nes tarybinėse gamyklose šios spalvos nebuvo naudojamos. Rekomenduojama atkreipti dėmesį ir į įvairias smulkmenas, pvz., kokiomis siūlėmis persiūtas salonas, kokios odos sėdynės ir t. t. [41, 65].

Prieš investuojant ekspertai pataria kurį laiką domėtis rinkos tendencijomis: skaityti specializuotus žurnalus, dalyvauti senovinių automobilių parodose, galbūt tapti konkretaus prekinio ženklo, pvz., *Volkswagen Beetle*, gerbėjų klubo nariu [41, 65, 66]. Šios žinios padės geriau pasirinkti tinkamą investicijoms automobilį. Taip pat būtina atsiminti, kad be restauravimo išlaidų papildomai kainuos automobilio draudimas ir išlaikymas (garažo nuoma ir t. t.).

Senovinio automobilio kainai įtakos turi jo retumas. Retesnių modelių kaina auga sparčiau nei mažiau retų modelių. Pvz., *GAZ 21* modelių buvo pagaminta virš 600 000, o *GAZ 12* – apie 27 000. Todėl pastarojo modelio kaina bus didesnė, nes jis retesnis [41].

Dažniausiai pasitaikanti pradedančiųjų investuotojų klaida – tai automobilį restauruoti ne originaliomis detalėmis. Tam, kad senovinis automobilis turėtų vertę, visos detalės turi būti autentiškos – jas neretai netgi tenka gaminti pagal išlikusius brėžinius.

Senovinius automobilius rekomenduojama laikyti sausame, gerai vėdinamame garaže. Tačiau, pasak ekspertų, vien garažo nepakanka – kartais reikia automobiliu pravažiuoti. Automobilius, kurių kaina viršija keliasdešimt tūkstančių eurų, rekomenduojama laikyti patalpose, kuriose įrengtos specialios drėkinimo, kondicionavimo sistemos [41].

Nusipirkus keletą senovinių automobilių patariama nelaukti, kol jie pabrangs. Juos reikėtų demonstruoti – rodyti visuomenei, dalyvauti renginiuose, parodose ir mugėse. Tokiu atveju potencialūs pirkėjai sužino, kokius automobilius konkretūs pardavėjai turi. Neretai jie patys prieina ir klausia ar automobilio savininkas parduotų vieną ar kitą automobilį. Taip pirkėjas greičiau susiranda pardavėją.

Vakarietiški senoviniai automobiliai bendruoju požiūriu vertingesni nei tarybiniai. Tarybinių automobilių kainos Lietuvoje piką pasiekė 2002 - 2005 m. Dabar jų kainos krenta. Ne idealios būklės tarybinį automobilį galima įsigyti už 10 tūkst. litų. Kainai perkopus 20 tūkst. litų, reikėtų tikėtis pilnai restauruoto automobilio. Vakaruose vertinami prekės ženklai – *Jaguar* ir *Mercedes - benz*. Vakarietišku senovinių automobilių vertė kasmet vidutiškai kyla 10 - 15 proc. [41].

Investavimas į autografus

Ši emocinių vertybių grupė turi panašių bruožų kaip ir sporto atmintini daiktai. Autografų vertė didžiaja dalimi priklauso nuo publikos susižavėjimo stiprumo konkrečia asmenybe. Jei susižavėjimas trumpalaikis, konkrečios asmenybės autografų vertė su laiku tikrai mažės [20]. Tačiau pasauliniu mastu pripažintų aktorių (*Robert De Niro, George Clooney*), muzikantų (*Elvis Presley, Michael Jackson*), profesionalių sportininkų (*Lance Armstrong, Serena ir Venus Williams*), valstybės vadovų (*Barak Obama*) ir pan. autografų vertė ateityje turės tendenciją didėti. Vietinių (konkrečios šalies ar miesto) įžymių žmonių autografai irgi gali būti vertingi, tačiau dėl paklausos ribotumo jie, kaip investicijų objektas, gali būti mažiau patrauklūs.

Taip pat verta paminėti, kad autografai palyginti lengvai transportuojami, jų saugojimo sąlygos nesudėtingos ir, jei autografas pasirinktas išmintingai, t. y. priklauso pasaulio įžymybei, gali būti gana likvidus [21].

Retumas ir kilmė yra pagrindiniai šios investavimo grupės vertės faktoriai. [14]

Investavimas į Azijos regiono kilimėlius

Azijos regiono kilimėliai visada buvo laikomi gera investicija, tačiau pastaruoju metu dėl pasiūlos pertekliaus susidomėjimas jais, kaip investicijų rūšimi, mažėja. Kilimėliai dažnai klasifikuojami pagal kilmės šalį arba gentį, kuri juos pagamino. Skirtingose šalyse arba skirtingų genčių pagaminti kilimėliai pasižymi tik jiems būdingu spalvų, raštų, motyvų, medžiagų panaudojimu. Prie vertę kuriančių veiksnių šiuo atveju priskiriami: kilimėlio dydis, spalvų turtingumas, mazgų kokybė ir tikslumas, dizaino/ rašto sudėtingumas ir būklė. Kolekcionavimui/ investicijoms renkami kilimėliai turi būti autentiški ir rankų darbo [21].

2.3 Investicijų į meno kūrinius ir vertybes ypatybės

Menas gali pasireikšti įvairiomis formomis: paveikslais, piešiniais, eskizais, skulptūromis, nuotraukomis. Šiuolaikiniai meno kūrinių autoriai taip pat gali naudotis naujų skaitmeninių technologijų privalumais ir save išreikšti per vaizdo/ garso kūrinius.

Meno rinka yra viena įdomiausių rinkų. Ji yra panaši į akcijų, valiutos ar žaliavų rinkas, kadangi tai yra analogiška finansų investavimo terpė. Tačiau ji yra ir kitokia, nei pastarosios, kadangi ji daug glaudžiau susijusi su investuotojo emocijom, skoniu ir išsilavinimu. Investavimas į meną, palyginti su investavimu į akcijas, turi vieną esminį privalumą: sėkmingam meno pirkiniui iš esmės nebaisūs rinkos svyravimai ar bankrotai, jam nėra motais pasaulinė ekonominė ar politinė konjunktūra. Vis dėlto meno rinkos žinovai sako, kad investicijų į meną grąžą sunku tiksliai prognozuoti, nes tai priklauso ir nuo madų bei tendencijų, tačiau statistiškai tokios investicijos pasiteisina devyniais atvejais iš dešimties. Tradiciškai meno rinką sudaro šie pagrindiniai rinkos dalyviai: muziejai, galerijos, aukcionai, kolekcininkai ir, žinoma, patys menininkai. Investicijų objektas šioje rinkoje yra meno kūriniai, o jo kainą lemia įvairių rinkos dalyvių interesų susikirtimas. Dailės kūrinių kainai didelę įtaką daro muziejai. Pastarieji įtvirtina, suteikia pripažinimą ir autoritetą ne tik menininkui, bet ir tam tikram jo kūriniui. Muziejų veiklą atidžiai stebi ir kolekcininkai, investuotojai. Meno rinkoje toną diktuoja Niujorke, Londone bei Paryžiuje vykdomi meno kūrinių aukcionai [36, 29].

Manoma, kad meno kūrinius žmonės visų pirma perka norėdami patenkinti savo estetinius poreikius, sukaupti tam tikrą kolekciją namuose ir tik vėliau galvojama apie galimybes užsidirbti. Paprastai žmonės, mėgstantys senovinius daiktus (baldus ir namų apyvokos daiktus), labiau linkę kolekcionuoti/ investuoti į senosios dailės kūrinius. Žmonės, besidomintys šių laikų aktualijomis, pagrindinį dėmesį skiria modernaus meno kūriniams. Kuo konkrečiai domisi investuotojas priklauso ir nuo mados tendencijų [21, 43].

Penkios priežastys, skatinančios investuoti į meną [29]:

- ✓ Investavimas į paveikslus kaip finansinė priemonė nereaguoja į šalyje vykstančius infliacinius procesus;
- ✓ Profesionaliai suformuotos kolekcijos vertė per metus turi tendenciją augti 10 - 20%;
- ✓ Kolekcijos vertė auga nuolat, tą lemia ribota pasiūla;
- ✓ Tapdamas kolekcininku žmogus patenka į tam tikrą socialinę aplinką, bendrauja su kitais kolekcininkais ir verslo klubais;

- ✓ Žmogus, investuodamas į paveikslus, ugdo savo asmenybę, lavina meninį ir estetinį išprusimą.

Pagrindiniai investavimo į meną žingsniai yra [22]:

- ✓ Lankyti vietas, kuriose parduodamas originalusis menas. Nueiti į meno galerijas, muziejus ir aukcionus, kad išvystytume meno vertybių suvokimą, kad atskirtume, kuris parduodamas darbas yra vertingas.
- ✓ Skaityti knygas ir žurnalus apie pasaulinį meną. Jie suteikia pagrindinę informaciją ir atskleidžia esminius punktus, kurie įgalina: teisingai įvertinti meno rinkos tendencijas, atrasti naujus menininkus ir suprasti, kaip veikia pats meno verslas.
- ✓ Pirkti meno kūrinių tik tada, kai išsamiai išanalizuotas jo tipas, jį sukūręs dailininkas, vidutinės kainos ir pats darbo autentiškumas.
- ✓ Teisingai įvertinti kapitalą, nes į meną investuojama ilgam laikotarpiui. Meno kūrinių kainos svyruoja: jos kyla ir krinta. Todėl pirkimas esant aukštai kainai ar prieš besikeičiančias tendencijas rinkoje dažnai reiškia blogą investiciją.
- ✓ Investuoti tik į tokį meną, kuris teikia pasigėrėjimą.
- ✓ Išsaugoti meno kūrinių originalų.
- ✓ Apdrausti menines investicijas, kurios jau turi savo vertę.

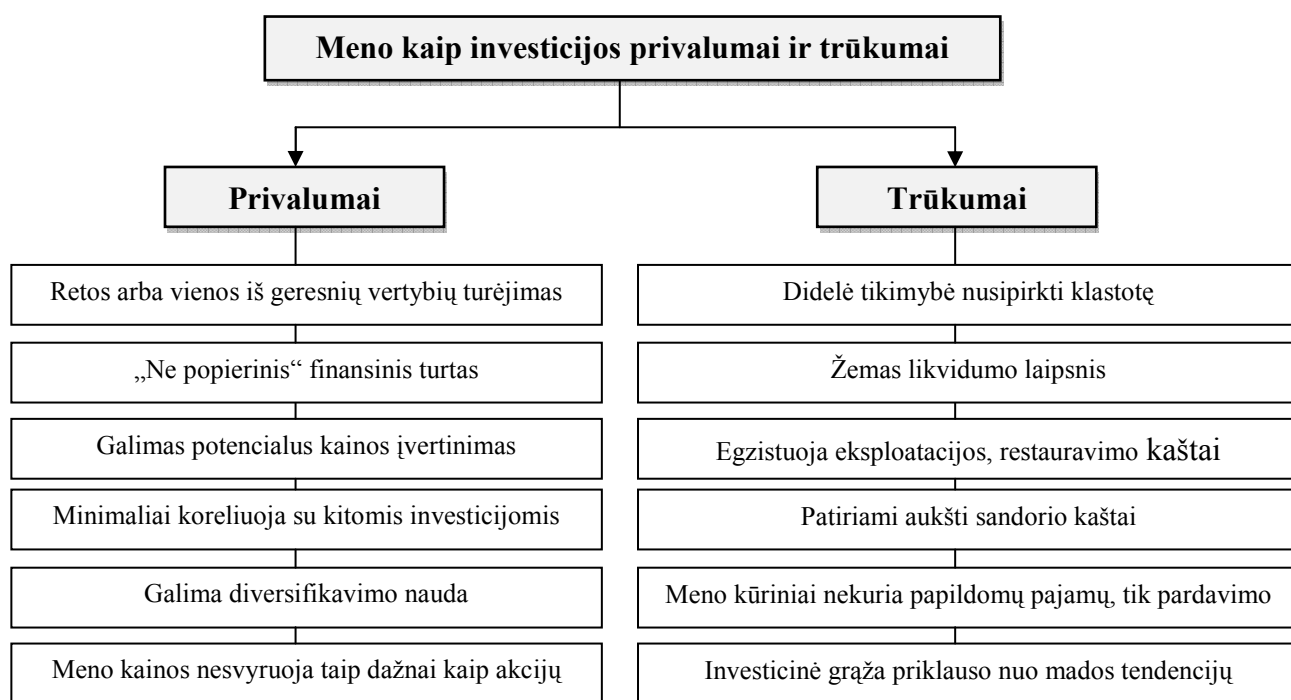
Pelningas investavimas glaudžiai susijęs su nuoseklia meno kūrinių rinkos analize, konsultacijomis su menotyrininkais, dalyvavimu aukcionuose ir pan. Investicijų rizika didėja, jeigu investuojama į dar nebaigtus meno kūrinius.

Turint meno kūrinių galima tikėtis nemenkų kainų svyravimų, pvz., *Monet* paveikslas *Nymphs* (1906 m.) 1960 m. buvo nupirktas *Sotheby's* aukcione už 50 tūkst. JAV dolerių, 1999 m. jis buvo parduotas Niujorke už 22,6 mln. JAV dolerių, 2002 m. jis buvo parduotas už mažesnę – 18,7 mln. JAV dolerių – pinigų sumą [21]. Čia taip pat norėtusi paminėti brangiausius pastarųjų metų paveikslus. 1987 m. *Vincento Van Gogo* paveikslas *Sunflowers* buvo parduotas už 39,9 mln. JAV dolerių. Tais pačiais metais to paties menininko paveikslas *Iris* parduotas už 53,9 mln. JAV dolerių. 1989 m. *Pablo Picasso* paveikslas *Yo Picasso* parduotas už 47,8 mln. JAV dolerių. Vėliau to paties menininko paveikslas *Noces de Pierette* parduotas už 60 mln. JAV dolerių sumą. Brangiausiais visų laikų paveikslais laikomi: *Pierre - Auguste Renoir'o* paveikslas *At the Moulin de la Galette* parduotas už 78,1 mln. JAV dolerių ir *Van Gogo* paveikslas *Portrait of Docteur Gachet* parduotas 1990 m. už 82,5 mln. JAV dolerių [68].

Mažiau rikingomis laikomos investicijos į gerai žinomų meistrų darbus. Šiuolaikinių autorių darbai turi didesnę rizikos laipsnį, tačiau, manoma, kad potenciali jų pelno grąža ateityje yra didesnė, nei „senų meistrų“ darbų [21, 68].

Menas, kaip investicija, turi tiek privalumų, tiek trūkumų, todėl nėra vieningos nuomonės apie šią investavimo alternatyvą. Akivaizdu tai, kad prieš nusprendžiant investuoti į meną, būtina įvertinti visus teigiamus ir neigiamus investavimo aspektus [49].

Meno kaip investicijos privalumai ir trūkumai pateikiami 4 paveiksle.



4 pav. Meno kaip investicijos privalumai ir trūkumai [sudaryta autorės pagal 45, 47]

Meno kūrinių vertę lemia keletas veiksnių. Įprastai tai autoriaus vertinimas (jo vardas), jo profesionalumas, jo išsilavinimas, kūrybinė veikla, amžius (nuo amžiaus priklauso, ar dar ilgai galės kurti). Papildomai vertėtų pasidomėti, kas buvo menininko mokytojai, kokie yra menotyrininkų atsiliepimai, keliose parodose menininkas dalyvavęs. Ypač vertinami darbai, kurių autoriai įtraukti į muziejų ekspozicijas. Taip pat produktyvių (daug kuriančių) autorių darbų kaina dažniausiai būna žemesnė nei neproduktyvių (retumo ir unikalumo veiksniai) [21, 43].

Meno kūrinių kaina priklauso nuo jų kokybės (fizinės būklės) ir meninio lygio. Dažnai to paties menininko darbų, sukurtų skirtingais jo gyvenimo laikotarpiais, kainos itin skiriasi, nes neretai skirtingu laikotarpiu jis kuria skirtingo meninio lygio kūrinius. Taip pat reikėtų pažymėti, kad meno kūrinių kainas, kaip ir kitų emocinio turto investicijų objektų, kainas reguliuoja bendrieji paklausos - pasiūlos dėsniai. Tačiau svarbu pažymėti, kad pasiūla yra itin ribota, įprastai

vienetinė, pvz., nėra antro Leonardo da Vinči paveikslo *Mona Liza* egzemplioriaus. Tai ypač aktualu, jei menininkas miršta: tokiu atveju jo kūrinių pasiūla tampa fiksuoto dydžio ir jo meno kūrinių kainos įprastai pradeda augti [12, 21, 43].

Kalbant apie meno kūrinių kainas taip pat reikėtų paminėti, kad praktikoje egzistuoja keliolika būdų meno kūrinių kainų nustatymui. Vieni jų – tradiciniai aukcionai, tokie kaip *Sotheby* ir *Christie*, kuriuose kainoms įtakos turi ne tik pirkėjai ir pardavėjai, bet ir aukcionus konsultuojantys ekspertai. Nuomonę apie meno kūrinių kainų pokyčius pasaulyje galima sudaryti susipažinus su *Mei Mose Fine Art* ir *Art Market Confidence* meno kūrinių kainų indeksais. Meno kūrinių kainoms įtakos turi ir meno galerijos, kurios meno rinkoje dalyvauja daugiau kaip menininkų agentai ir muziejai. Pastarieji įtvirtina, suteikia pripažinimą ir autoritetą ne tik menininkui, bet ir konkrečiam jo kūriniai. Muziejų veikla nuolat domisi ir kolekcininkai ir potencialūs investuotojai [21, 43].

Meno kaip investicinio turto mokyklos lyderiai yra *Jianping Mei* ir *Michael Moses*, du ilgalaikiai Niujorko Universiteto Verslo mokyklos profesoriai. 2002 metais jie išleido mokslinį darbą, kuris parodė, kad menas pirmavo prieš obligacijas ir trumpalaikį išdo vekselį pradedant nuo 1876 metų. *Jianping Mei* ir *Michael Moses* padarė išvadą, kad menas nežymiai aplenkė akcijas per pastaruosius 10 metų su 8,5 proc. metine grąža. Šiuolaikiniam menui, pasak *Jianping Mei* ir *Michael Moses*, sekėsi dar geriau: metinė grąža per pastaruosius 10 metų pasiekė 12,7 proc., tai yra 3 proc. daugiau negu akcijos [45].

Remiantis Mei Moses indekso tinklalapiu, galima pasakyti, kad meno, kad turto klasės grožis ir unikalumas yra tame, jog jis suteikia žmogui galimybę mėgautis tokiu turtu trimis skirtingais būdais [7]:

- ✓ *Pirmasis būdas* - meno grožis yra matomas tiesiogiai. Meno kūrinys suteikia žmogui emocinį pasitenkinimą.
- ✓ *Antrasis būdas* - meno grožis yra malonumas, kurį žmogus patiria meno kūrinių įsigyjimo proceso metu. Į šį procesą įeina bet tuo neapsiriboja bendravimas su bendraminčiais kolekcionieriais ir ekspertais, meno kūrinio paieškos, susitikimas su meno kūrinio autorium ir t.t
- ✓ *Trečiasis būdas* - meno kūrinių privalumas yra jo ilgalaikiškumas ir piniginės vertės augimas. Per pastaruosius tris tūkstantmečius nė karto nebuvo tokio laiko, kad menas nebūtų svarbus ar nevertinamas.

Kitoje darbo dalyje aptarsime dar neišvardintų investicijų į emocines vertybes ypatybes.

2.4 Investicijų į kitas emocines vertybes ypatybės

Investavimas į lenktyninius žirgus

Investavimas į žirgus neretai apibūdinamas kaip pataikavimas savo hobiui su realia galimybe užsidirbti. JAV ir Jungtinėje Karalystėje žirgų auginimo verslui taikomos mokesčių lengvatos. Tačiau tai tik vienas iš investavimo motyvų. Patys žirgai yra traukos objektas: jų grožis ir grakštumas retai ką palieka abejingais, o lenktynių jaudulys ir noras laimėti į vieną areną suveda jojikus, savininkus ir šio sporto mėgėjus. Turėti lenktyninį žirgą (arba būti jo daliniu savininku) gali būti gyvenimo svajonė, prestižo ir prabangos reikalas ar įdomus hobis [67, 71].

Norintys investuoti į žirgus gali rinktis iš dviejų alternatyvų:

- ✓ Investuoti privačiai, t. y. patys įsigyti žirgus;
- ✓ Investuoti į specializuotus investicinius fondus, pvz., *Breeding Capital* (Jungtinė Karalystė), *International Equine Acquisitions Holdings* (JAV).

Reikėtų paminėti, kad specializuoti investiciniai fondai yra populiarūs JAV, Jungtinėje karalystėje, Airijoje, t. y. šalyse, kur žirgų sportas yra itin išplėtotas ir populiarus, o žirgų lenktynės laikomos viena mėgiamiausių ir azartiškiausių šio sporto šakų [71].

Uždirbti pelno investuotojai gali tikėtis iš dviejų veiklų: žirgų laimėtų prizų ir/ ar veislininkystės.

Renkantis pirmąjį variantą, reikia kruopščiai įvertinti fondo galimybes. Idealiu atveju fondas ne tik surenka pinigus ir investuoja į žirgus, bet ir pats juos augina, prižiūri, treniruoja nuosavose arklidėse ir, jei reikia, gydo [71]. Pvz., JAV investicinė bendrovė *International Equine Acquisitions Holdings* daugiausia uždirba iš prizų: 2008 m. bendrovės turimi žirgai laimėjo 11 pirmojo lygio varžybų ir iš viso fondui uždirbo 18 mln. JAV dolerių. Šios bendrovės strategija – įsigyti žirgus, kurie turi potencialą laimėti lenktynes ir vėliau, baigę savo sportinę karjerą savo vertę didinti kaip galimi reproduktoriai [23].

Tačiau, kaip jau buvo minėta, privatusis asmuo, asmenų grupė ar investicinė bendrovė gali koncentruotis išimtinai į veislinių kumeliukų auginimą ir vėlesnį pardavimą. Tokio fondo pavyzdys būtų – *Breeding Capital*. Tai Jungtinės Karalystės investicinė bendrovė, užsiimanti veislininkyste ir investuojanti į veislines kumeles, mažus kumeliukus ir vienerių metų žirgus. Paprastai kumelių atvesti kumeliukai (iki vienerių metų) parduodami viešuose aukcionuose, o įsigyti vienerių metų žirgai perparduodami, kai jiems sukanka dveji metai [11].

Investicinės bendrovės gali pardavinėti ne tik pačius žirgus, bet ir veisimo teises, kai parduodama galimybė sulaukti palikuonių nuo bendrovės turimų itin vertingų, sporte daug pasiekusių eržių. Prekyba veisimo teisėmis investicinei bendrovei gali atnešti nemažai pajamų.

Pvz., daugkartinio svarbių JAV žirgų lenktynių laimėtojo žirgo *Big Brown* veisimo teisės vertinamos apie 70 mln. JAV dolerių, o kiekvieno pasinaudojimo šiomis teisėmis mokestis po to, kai žirgas baigs sportinę karjerą gali siekti iki 100 tūkst. JAV dolerių [71].

Esminis investicijų į žirgus privalumas – galimas didelis ir stabilus pelnas. JAV žirgų sporto istorijoje brangiausias visų laikų žirgas *Fusaichi Pegasus* buvo parduotas 2000 m. už 60 mln. JAV dolerių [2]. Dar vienas pavyzdys - *Big Brown* žirgas. Prieš pirmąsias savo laimėtas lenktynes šis žirgas kainavo 190 tūkst. JAV dolerių, po laimėtų lenktynių jo kaina pakilo iki 3 mln. JAV dolerių [71]. Kaip jau buvo minėta galima užsidirbti ne tik iš skirtumo tarp pirkimo ir pardavimo kainos, bet ir iš dalyvavimo lenktynėse, o taip pat veisimo teisių.

Investavimo į lenktyninius žirgus trūkumai susiję su pačia investicijos prigimtimi. Žirgai yra gyvas turtas: jie gali susirgti, susižeisti, ilgą laiką nelaimėti lenktynių. Šio tipo žirgų auginimas reikalauja nemažai lėšų: juos reikia reguliariai treniruoti, prižiūrėti ir, jei reikia, gydyti. Taip pat nemažai kainuos žirgyno ir jame dirbančio personalo išlaikymas. Bendruoju atveju investicijos į lenktyninius žirgus laikomos labai rizikingomis ir kartais netgi priskiriamos labiau lošimo, negu investavimo sričiai. Tačiau, akcentuojama, kad, jei privatusis investuotojas ar investicinė bendrovė perka išmintingai, investicijas valdo rūpestingai ir sulaukia didesnės nei vidutinė sėkmės, pelnas gali būti didelis. Norint sumažinti investavimo riziką, patariama investuoti per investicinius fondus, nes tokiu atveju rizika labiau išskaidoma lyginant su rizika, kurią investuotojas patirtų asmeniškai investicijoms pirksdamas vieną žirgą [67, 71].

Investavimas į naminius gyvūnus (šunis)

Panašiai, kaip ir lenktyninių žirgų atveju, investuotojas pelno gali tikėtis iš šuniukų vados ir veisimo teisių (kai kuriais atvejais patino savininkui sumokama iki pusės tikėtinų šuniukų vados kainos) [42].

Šunų paklausai itin didelės įtakos turi veislių mados. Lietuvoje pradėjus kurtis privačiam verslui, žmonėms praturėjus, atsirado poreikis apsaugoti save ir savo turtą, todėl buvo paklausūs dideli ir pikti šunys, pvz., rotveileriai. Vėliau nuo 1995 m. atsirado poreikis dideliems, bet labiau šeimos šunims – labradorams, auksaspalviams retriveriams, Berno zenenhundams. Šios veislės populiarios ir šiuo metu. Nuo 2000 m. prasidėjo mažųjų veislių moda – Jokšyro terjerai, Maltos bišonai, Havanos bišonai, šitsu, čihuahua. Manoma, kad gilėjant krizei mažų šunų paklausa augs, nes juos išlaikyti pigiau, be to jų priežiūra, lyginant su dideliais šunimis, paprastesnė. Šiuo metu taip pat madingos ir šiaurinės šunų veislės, ypač Sibiro haskiai [42]. Investuotojas, prieš pasirinkdamas veislę, turi atidžiai įvertinti galimas mados tendencijas, nes veislės, populiarios

dabar, nebūtinai bus tokios ateityje, t. y. po dvejų - trejų metų, kai šunys užaugs ir galės atsivesti jauniklių.

Šuniukų kainas nustato rinka. Gyvūnų, kurių paklausa yra didelė, kainos yra aukštos, ir atvirkščiai. Būtina paminėti, kad kaina labai priklauso nuo to, kas yra šuniuko tėvai. Kaina didėja, jei gyvūno tėvas yra aukštos kokybės šuo, dalyvavęs daugybėje parodų ir apdovanotas daug titulų. Šuniukų kainos taip pat priklauso nuo veislų ir žinomumo ir autoriteto.

Šunų veisimui reikia turėti daug specifinių žinių. Investuotojas, norintis ateityje sėkmingai parduoti šuniukus ar pelningai kergti patinėlių, šunį turi pirkti tiesiai iš veisėjo. Prieš perkant visais atvejais rekomenduojama pasidomėti, kokie veislės ypatumai, kam šuo skirtas, kaip turi gyventi, kokie jo poreikiai. Taip pat ypač patariama nuvykti pas veisėją į namus ar į kitą aplinką, kurioje šuo gimė ir augo. Natūralioje aplinkoje rekomenduojama apžiūrėti šuniuko motiną, nes tada bus galima iš dalies numanyti, kaip perkamas šuo atrodys užaugęs (suaugusio šuns išvaizda 50 proc. priklauso nuo jo genų, visa kita – nuo augimo ir priežiūros). Papildomai rekomenduojama ne tik apsilankyti keliose parodose, bet ir pasikonsultuoti su veislių klubų atstovais, paieškoti veisėjų su patikimomis rekomendacijomis ir būtinai išklausti kelias ekspertų nuomones, kad būtų gali sudaryti vaizdą ne tik apie gerąsias, bet ir apie blogąsias veislės savybes [42].

Investavimo į kolekcinis daiktus ypatybių apibendrinimas pateikiamas C priede

Apibendrinant investicijų į emocines vertybes alternatyvas, galima pažymėti, kad investuotojas turėtų atidžiai pasirinkti konkrečią investicijų į emocines vertybes grupę ar netgi smulkesnę jos dalį, pvz., iš kolekcinų vertybių tikrai monetas ir pašto ženklus. Jis taip pat turėtų nuolat gilinti savo žinias jį dominančioje investavimo/ kolekcionavimo srityje, nuolat sekti šios srities naujienas ir paklausos pokyčius, dalyvauti kolekcininkų susitikimuose, nes tik tokiu atveju jis galės nustatyti, ar jo turimi investicijų į emocines vertybes objektai vis dar paklausūs ir rasti atitinkamos informacijos apie jį dominančius naujus eksponatus. Prieš įsigydamas naują daiktą, jį investuotojas turi įvertinti pagal vertę kuriančius veiksnius: amžių, kilmę, būklę ir t. t. Esant poreikiui, būtina naudotis nepriklausomų ekspertų paslaugomis.

3. INVESTAVIMO Į EMOCINES VERTYBES TEORINIAI ASPEKTAI

Nors kai kurie konkrečių investicijų į emocines vertybes vertę kuriantys veiksniai buvo aptarti ankstesniuose darbo skyriuose, šiame skyriuje pateiksime labiau susistemintą/ apibendrintą informaciją, nurodant kiekvieno veiksnio svarbą, taip pat pateiksime investavimo į emocines vertybes privalumus ir trūkumus.

3.1 Investavimo į emocines vertybes objektų vertę kuriantys veiksniai.

Skiriami šie investicijų į emocines vertybes objektų vertę kuriantys veiksniai: autentiškumas, būklė, retumas, kilmė/ šaltinis, žinomumas/ populiarumas, reikšmė/ svarbumas, atlikimo technika/ meistriškumas. Aptarkime šiuos veiksnius plačiau.

Autentiškumas [21, 65]

Viena didžiųjų investicijų į emocinių vertybių objektus rizikų yra aukšta tikimybė nusipirkti klastotę. Todėl emocinio turto investicijų objekto autentiškumui, kaip vienam iš svarbiausių vertę kuriančių veiksnių, skiriamas palyginti didelis dėmesys. Autentiškumui patvirtinti naudojamosi nepriklausomų ekspertų ar specializuotų laboratorijų paslaugomis.

Būklė [21, 40, 70]

Įprastai laikoma, kad kuo geresnė investicijų į emocines vertybes objekto būklė, tuo jis vertingesnis. Pvz., žaislų atveju labiausiai vertinami žaislai nepažeistose pakuotėse, investicinių monetų atveju – monetos bankinėse kapsulėse ir pan. Tačiau kartais ir neidealios būklės daiktai, kurie buvo tinkamai restauruoti, gali būti parduoti už palyginti didelius pinigus, pvz. antikvariniai baldai, senoviniai automobiliai ir pan. Svarbiausia, kad potenciali daikto pardavimo kaina būtų didesnė už bendras daikto įsigijimo ir restauravimo išlaidas.

Retumas [17, 21, 26, 41, 43, 70]

Laikoma, kad kuo daiktas retesnis, tuo jis vertingesnis. Taip atsitinka dėl to, kad tam tikros kategorijos daiktų (pvz., pašto ženklų, monetų, žaislų) pasiūla yra ribota (ypač, jei nebegaminami kelerius/ keliolika metų) arba vienetinė (pvz., garsų dailininkų paveikslai), o jų paklausa yra pastovaus lygio arba didėjanti.

Pasiūlos nepakankamumas gali atsirasti dvejopai:

- ✓ Gali būti sukurtas *dirbtinai*, kai šių laikų gamintojas sukuria specialią riboto leidimo (angl. *limited editon*) seriją. Kaip pavyzdį galima būtų paminėti *Nike Air Max Hyperize Air Attack* riboto leidimo krepšinio batelius. Juos būtų verta įsigyti, nes jie nėra dalis įprastinės *Nike* gamybos, buvo pagaminti tik vieną kartą, taigi ateityje jų pasiūla ne didės, bet mažės, o tai atitinkamai sąlygos batelių kainos augimą;
- ✓ Atsirast dėl *natūralaus suvartojimo*. Šiuo atveju turimi omenyje daiktai, kurie buvo gaminami anksčiau, bet šiuo metu jau negaminami, pvz., tam tikro prekės ženklo tam tikro modelio laikrodžiai. Kuo mažiau vienetų iš originalaus tiražo išliks, tuo brangesnis bus kiekvienas vienetas.

Kilmė/ šaltinis [21]

Daikto istorija (jo kilmė ir buvę savininkai) gali turėti įtakos galutinei daikto kainai. Įprastai kolekcininkai/ investuotojai nevengia sumokėti santykiškai didesnę kainą vien dėl, kad konkretus daiktas, pvz., senovinis automobilis, anksčiau priklausė garsiam žmogui/ įžymybei.

Žinomumas/ populiarumas [21]

Plačiai visuomenėje žinomų investicijų į emocines vertybes objektų kaina yra santykiškai didesnė, nei nežinomų. Daug įtakos tam turėjo šiuolaikinės komunikacijos priemonės – internetas ir televizija. Kaip pavyzdį galima būtų paminėti olandų dailininko *Vincento Van Gogo* paveikslus.

Reikšmė/ svarbumas [21, 70]

Investicijų į emocines vertybes objekto reikšmė nusakoma jo istoriniu reikšmingumu, t. y. vertinama, koku laipsniu objekto išradimas ar vėlesni jo patobulinimai paveikė šiuolaikinę istoriją. Kaip pavyzdį galima būtų paminėti pirmuosius rankinius laikrodžius, pirmąsias spausdintas knygas, pirmuosius šaunamuosius ginklus ir t. t.

Atlikimo technika/ meistriškumas [21, 43]

Atlikimo technika/ meistriškumas dažnai nulemia išskirtinę investicijų į emocines vertybes objekto kokybę. Šiuo atveju daikto kokybė tiesiogiai priklauso nuo meistro (dailininko, laikrodžių meistro) įgūdžių arba nuo metodų/ technikų, naudojamų gamybos procese. Paprastai didžiausias pinigų sumas investuotojai linkę mokėti už daiktus, kuriems kurti/ gaminti buvo naudojamos unikalios/ originalios technikos ar metodai.

Investuotojams taip pat rekomenduojama įsigyti tik tuos daiktus, kurie patinka jiems asmeniškai, nes įprastai daiktai (paveikslai, baldai, namų apyvokos reikmenys, sieniniai ir staliniai laikrodžiai) jų namuose bus keletą metų, todėl daikto estetiškas patrauklumas, meninė vertė yra svarbūs investicijų į emocines vertybes objektų pasirinkimo kriterijai.

Apibendrinant, yra verta atkreipti dėmesį, kad dažniausiai prie investicijų į emocines vertybes objektų vertę kuriančių veiksnių priskiriami: autentiškumas, būklė, retumas, kilmė/ šaltinis, žinomumas/ populiarumas, reikšmė/ svarbumas, atlikimo technika/ meistriškumas. Tačiau kiekvienai emocinio turto investicijų kategorijai gali būdingas savas veiksnių rinkinys, pvz., deimantų atveju – tai šlifavimas, skaidrumas, spalva, dydis. Todėl investuotojui patariama kiek įmanoma labiau įsigilinti į dominančią investavimo/ kolekcionavimo sritį, nes šios žinios būtinos norint suvokti tikrąją daikto vertę.

3.2 Investavimo į emocines vertybes privalumai ir trūkumai

Žemiau pateikiami investavimo į emocines vertybes (emocinį turą) objektų privalumai ir trūkumai.

Privalumai [21]:

1. Investavimo į emocines vertybes objektai laikomi *saugia investicija*, kai šalies ekonomikoje vyrauja aukšta infliacija. Šis sąlyginis investicijų saugumas atsiranda dėl to, kad daugeliu atvejų investicijų į emocines vertybes objektai (paveikslai, deimantai, monetos ir pan.) yra pripažinti tarptautiniu mastu ir jų pirkimo - pardavimo rinkos yra pasaulinės;
2. Dėl investuotojų žavėjimosi tam tikrais emocinio turto objektais ar jų grupe pardavėjas turi galimybę užsidirbti *didesnį nei įprasta pelną*. Neretai šių investicijų objektai perkami dėl jų emocinės gražos, estetinio pasitenkinimo, noro turėti patrauklų ir vertingą meno kūrinį namuose, noro akcentuoti savo aukštą statusą visuomenėje, kolekcionavimo aistros ar kitų nefinansinių motyvų, todėl jų kaina ne visada yra pirkimą lemiantis veiksnys;
3. Dauguma investicijų objektų yra *likvidūs*. Jie per tarpininkus, aukcionų metu perkami ir parduodami visame pasaulyje (brangakmeniai, meno kūriniai, kolekcinės vertybės ir t. t.). Mažas likvidumas būdingas tiems emocinio turto objektams, kurių pasiūla yra nepakankama, nes tada sudėtinga nustatyti tikrąją daikto vertę. Be to esami savininkai labai nenoriai parduoda turimus itin retus emocinio turto objektus,

kas sąlygoja mažą pirkimo ir pardavimo operacijų skaičių konkrečioje rinkoje. Ateityje prognozuojama, kad visų investicijų į emocines vertybes, kaip investicijų grupės, likvidumą pagerins didėjantis internetinių aukcionų (pvz., *eBay.com*) populiarumas;

Trūkumai [21, 43]:

1. Investavimo į emocines vertybes objektai (materialusis turtas) *negeneruoja pastovių iplaukų*³. Pelnas uždirbamas žymiai vėliau, kai turimas materialus turtas parduodamas po kelerių/ keliolikos metų už didesnę, nei buvo nupirktas, kainą. Tačiau daugeliu atvejų, kaip jau buvo minėta, investuotojai labiau siekia emocinės gražos ir/ar estetiško pasitenkinimo, negu finansinės naudos. Tad šis trūkumas taps kritine aplinkybe tikrai investuotojams, kuriuos labiausiai domina pelno uždirbimo galimybės;
2. Objekto vertė neretai priklauso nuo rinkos madų, susižavėjimo tam tikrais investicijų objektais stiprumo ar *kitų subjektyvių veiksnių*. Tad beveik visais atvejais rekomenduojama naudotis nepriklausomų ekspertų paslaugomis ir atidžiai sekti rinkų pokyčius. Ir vos pajutus susižavėjimo tam tikrais objektais mažėjimą, rekomenduojama daiktą parduoti, nes su laiku jo vertė tikrai mažės;
3. Dažnai *nepakanka* esminės *informacijos*, remiantis kuria būtų įmanoma tiksliai nustatyti objekto vertę. Iš dalies taip atsitinka dėl to, kad emocinio turto objektai yra reti, vienetiniai daiktai, ne visada turintys jų kilmę patvirtinančius dokumentus. Be to informacijos nepakankamumą dažnai sąlygoja itin įvairūs emocinio turto objektų pardavimo kanalai (nuo mugių/sendaičių turgų iki internetinių aukcionų), kai pardavimo kanaluose cirkuliuojanti informacija apie tuos pačius objektus yra fragmentuota, neretai prieštaringa. Taip sendaičių turguje galima nusipirkti itin vertingą daiktą už mažą kainą, kai jo savininkas nesuvokia tikrosios jo vertės. Ir, priešingai, internetiniuose aukcionuose galima įsigyti daiktą už nemažą kainą, o vėliau gali paaiškėti, kad tai buvo klastotė;
4. Gali būti itin sudėtinga patvirtinti investavimo į emocines vertybes objekto *autentiškumą*. Autentiškumas yra vienas iš pagrindinių objekto vertę kuriančių veiksnių, tad visais atvejais rekomenduojama objekto autentiškumą patvirtinti/ nustatyti pasitelkiant nepriklausomus ekspertus, kurie, esant poreikiui, atliks reikalingus istorinius ir fizinius tyrimus;

³ Išskyrus lenktyninius žirgus ir naminius gyvūnus, kai pelnas uždirbamas iš laimėtų prizų, veisimo teisių ir pačių gyvūnų pardavimų

5. Kai emocinio turto objektai parduodami tradicinių aukcionų metu (*Sotheby/Christie*), potencialių pirkėjų *varžymasis* dėl konkretaus objekto gali dirbtinai pakilti kainas ir investuotojas gali sumokėti gerokai didesnę kainą, negu planavo;
6. Meno kūrinių ir vertybių atveju egzistuoja aukšta vagystės tikimybė. Dėl to investuotojas gali patirti nemenkas draudimo ir fizinės apsaugos nuo vagystės išlaidas.

Apibendrinant reikėtų pažymėti, kad prieš įsigydamas konkretų emocinio turto objektą, investuotojas turėtų apmąstyti tiek emocinės gražos/ estetinio pasitenkinimo motyvus, tiek galimą finansinę naudą ateityje. Emocinę gražą/ estetinį pasitenkinimą sąlygos menine prasme patrauklių daiktų turėjimas namuose (pvz., antikvarinių baldų, paveikslų, šaunamųjų ginklų), tad investuotojas turėtų apmąstyti: ar įsigijami daiktai derės prie jau esamų namuose. Emocinio turto investicijų atveju galimybės užsidirbti yra atidėtos, tad investuotojas turi apsispręsti, ar jis pasirengęs laukti nuo kelių iki kelerių metų, tikėdamasis, kad objekto vertė pakils ir jį bus galima pelningai parduoti ateityje.

4. INVESTAVIMO Į EMOCINES VERTYBES TENDENCIJOS

Šioje darbo dalyje nustatysime investavimo į emocinį turtą tendencijas ir motyvus Lietuvos investavimo rinkoje bei išanalizuosime populiariausių užsienio investavimo rinkose egzistuojančių investicijų į emocines vertybes indeksų raidą ir užsienio bei Lietuvos investavimo į emocines vertybes tendencijas, atliksime populiariausių priemonių indeksų prognozes.

4.1 *Lietuvos kolekcininkų, investuojančių į emocines vertybes, apklausa*

Tyrimo tikslas - nustatyti investavimo į emocinį vertybes tendencijas ir motyvus Lietuvoje.

Tyrimo metu surinksime informaciją, kiek vidutiniškai laiko yra kolekcionuojama, įvertinsime respondentų kolekcionavimo suvokimą (hobį ir investavimo būdą), nustatysime ką/ kokius daiktus tyrimo respondentai dažniausiai kolekcionuoja. Taip pat tyrimo metu ištirsime motyvus/ priežastis, dėl kurių pradėta kolekcionuoti ir dėl ko šiuo metu kolekcionuojama, koks yra vidutinis kolekcijos dydis vienetais, surinksime informaciją, kaip/ remiantis kokiais kriterijais yra renkami nauji objektai esamai kolekcijai ir koks yra kolekcijos papildymo dažnumas, nustatysime, kokią didžiausią pinigų sumą respondentai yra investavę į vieną kolekcijos objektą ir pan.

Tyrimo metodika

Tyrimui atlikti buvo pasirinktas bene plačiausiai taikomas kiekybinių tyrimų metodas – *apklausa* (arba anketavimas). Apklausos klausimyną (anketą) sudaro grupė tarpusavyje susijusių klausimų, į kuriuos būtina gauti respondentų atsakymus. Informacija yra renkama naudojant standartines procedūras, kurias naudojant kiekvienas atrinktas asmuo vienodu būdu atsako į tuos pačius klausimus. Anketavimo tikslas nėra sužinoti atskiros asmens nuomonę, o sudaryti bendrą visos populiacijos apibūdinimą [63].

Klausimyne buvo naudojami tiek *atvirieji*, tiek *uždarieji klausimai*.

Atvirieji klausimai numato laisvos formos atsakymą, kai respondentas savo atsakymą įrašo tam skirtoje vietoje. Pateikiant šio tipo klausimus galima gauti visą informaciją, tačiau gauta informacija yra kokybinė, todėl didelės apimties apklausose tokių klausimų skaičius neturėtų būti didelis [63]. Šio tyrimo imtis nebuvo didelė, tad siekiant gauti kuo išsamesnę informaciją daugiausia buvo pateikiami atvirieji klausimai. Atvirieji klausimai taip pat buvo pasirinkti dėl to, kad kolekcionavimui/ investavimui tinkamų objektų įvairovė yra itin didelė, todėl buvo siekiama pateikti kuo bendresnius klausimus, kad būtų įmanoma surinkti informaciją apie kolekcionavimą apskritai, bet ne apie konkrečios kolekcionavimo srities (pvz., monetas) ypatumus.

Uždaruosiuose klausimuose respondentui savo atsakymą siūloma pasirinkti iš numatytų atsakymo variantų. Priklausomai nuo klausimo, respondentas gali pasirinkti vieną arba kelis atsakymų variantus. Šio tyrimo klausimyne uždarieji klausimai buvo pasitelkiami tiksliai respondentų socialinėms - demografinėms charakteristikoms nustatyti.

Tyrimas buvo atliktas klausimyną siunčiant el. paštu. Kontaktiniai respondentų duomenys buvo surinkti iš specializuotų kolekcininkų tinklalapių (pvz., gildija.org, litai.lt) arba per pažįstamus.

Klausimyną sudaro 16 klausimų. Iš jų: 12 atvirųjų klausimų, tiesiogiai susijusių su tyrimo tikslais (1 - 12 kl.), 4 uždarieji klausimai (13 - 16 kl.) nusako respondentų socialines - demografines charakteristikas. Apklausos klausimynas – D priedas.

Tyrimo respondentai buvo apklausti 2010 m. gegužės mėn.

Dėl mažos tyrimo imties statistinis ryšys tarp respondentų atsakymų ir jų socialinių - demografinių charakteristikų nesvarstomas.

Tyrimo išsami analizė pateikiama prieduose (E priedas)

Apibendrinant norėtųsi pažymėti, kad dėl mažos tyrimo imties tyrimas gali būti laikomas tiksliai žvalgomojo tyrimu ir tyrimo rezultatai gali būti laikomi tiksliai pagrindu kitiems platesnio pobūdžio tyrimams, bet ne šaltiniu vienareikšmėms išvadoms padaryti. Tyrimo dalyvių kolekcionuojamų daiktų tematika itin plati: nuo alaus bokalų iki senovinės technikos. Didžioji dalis respondentų juos dominančios srities objektus kolekcionuoja daugiau nei 10 metų. Priežastis, dėl kurių respondentai pradėjo kolekcionuoti, galima suskirstyti į kelias stambias grupes: pradinė kolekcija buvo sukurta artimų giminių (tėvų, dėdžių) ir vėliau perduota dabartiniam kolekcininkui; kolekcionuoti pradėta atsitiktinai, kai keli dabartinės kolekcijos eksponatai buvo laimėti loterijose, gauti reklaminių akcijų metu, juos parvežė draugai ir pan.; kolekcionuoti buvo išmokta nuo vaikystės; kolekcionuoti paskatino domėjimasis tam tikra sritimi. Dauguma respondentų nurodė, kad šiuo metu kolekcionavimas jiems – tik hobis. Beveik visi respondentai (9 ir 10) domisi, kas vyksta juos dominančioje kolekcionavimo srityje tiek Lietuvoje, tiek pasaulyje. Tyrimo dalyviai žinioms gilinti juos dominančioje kolekcionavimo srityje naudoja šias priemones: specializuoti tinklalapiai ir forumai, specializuota ir periodinė literatūra, kolekcininkų susitikimai/suvažiavimai, seminarai ir parodos. Didžioji dalis respondentų (9 iš 10) aktyviai bendrauja su juos dominančios srities kolekcininkais. Įprastai bendraujama per elektronines ryšio palaikymo priemones (el. paštas, forumai, pokalbiai per *Skype*) ir susitikimų metu. Nė vienas iš tyrimo dalyvių nebandė savo kolekcijos įvertinti pasitelkdamas nepriklausomų ekspertų paslaugas. Priklausomai nuo kolekcionavimo srities naujus kolekcijos eksponatus tyrimo dalyviai renka naudodami skirtingus kriterijus. Didžiausia tyrimų dalyvių į vieną eksponatą investuota suma ženkliai svyruoja priklausomai nuo kolekcionavimo srities. Vienareikšmių atsakymų į tyrimo

klausimą „Kiek laiko per mėnesį skiriate kolekcionavimo klausimams (informacijos rinkimui, naujienų sekimui, kolekcijos priežiūrai ir pan.)“ gauti nepavyko.

4.2 Investavimo į emocines vertybes raida ir prognozės užsienio ir Lietuvos rinkose

Kartais yra manoma, kad investicijos į emocines vertybes nėra finansinės investicijos. Finansų patarėjo įmonės UAB „MC Wealth Management“ įkūrėjas Marius Čiuželis teigia, kad tokių investicijų negalima daryti masiniu ir spekuliaciniu produktu, kadangi vieni domisi paveikslais, kiti – senovinėmis Kinijos vazomis, laikrodžiais ar vynais, o per tai atsispindi žmogaus individualumas.

Pažiūrėjus istoriškai, investavimas į emocines vertybes atnešė gana gerą pelną. Per pastaruosius 40 metų meno dirbinių rodiklis pakilo 7,3 proc. kiekvienais metais. Antikvarinių daiktų, antikvarinių baldų kainų rodiklis pakilo 8,8 proc. S&P 500 akcijų rodiklis pakilo 9,8 proc. [3].

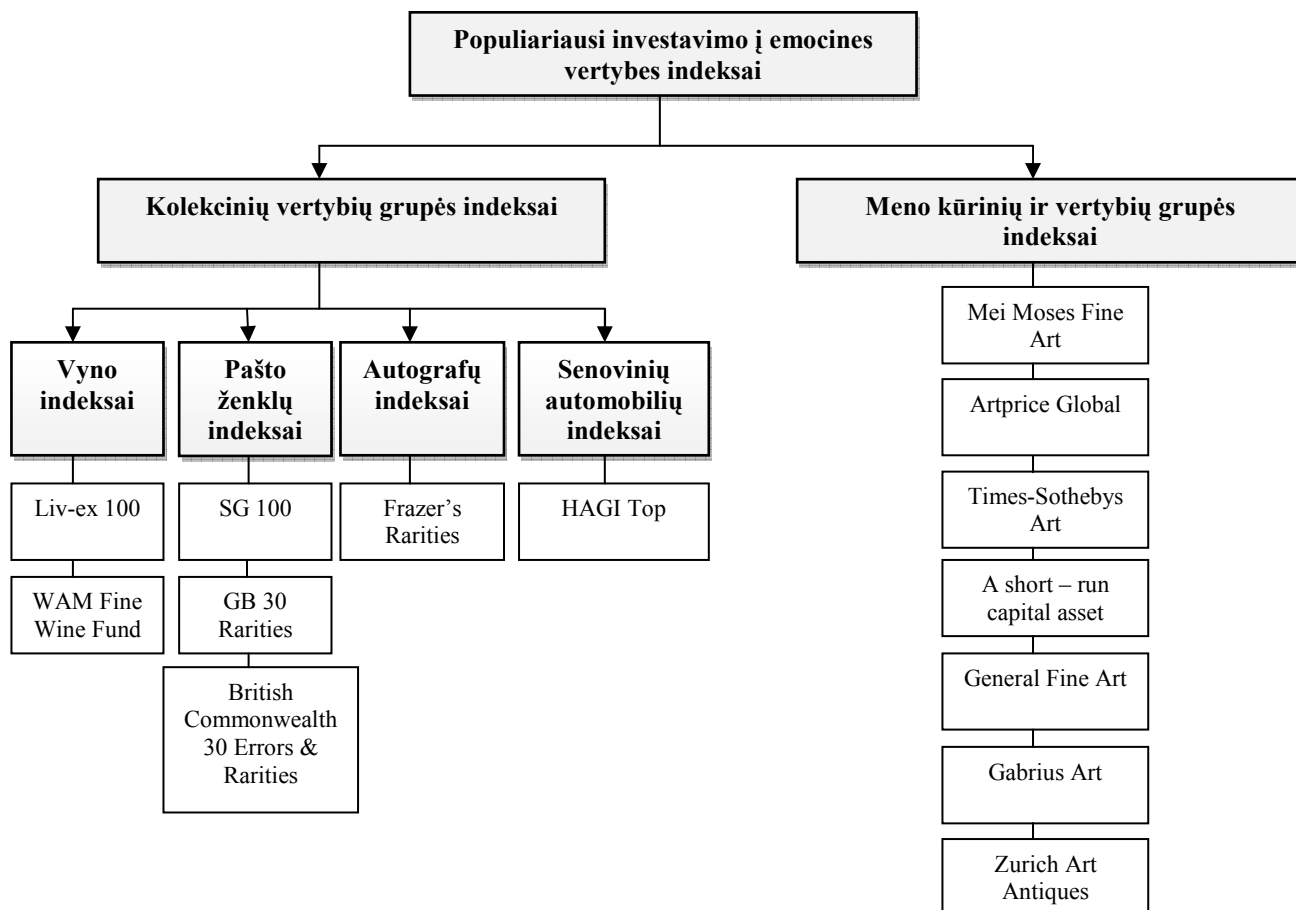
Atsigaunančiose kapitalo rinkose, kaip *Merrill Lynch Global Wealth Management* ir *Cap Gemini* nurodo *World Wealth Report 2010* ataskaitoje, jau 2009 metais didėjo investuotojų paklausa emociniam turtui. Antrojoje 2009 metų pusėje akivaizdžiai padidėjo investuotojų susidomėjimas menu, juvelyrika, vynu [9]. Pastaruoju metu, pasak M. Čiuželio, vis daugiau investuotojų teiraujasi apie galimybes investuoti į meno kūrinius ar vyną. Pavyzdžiui, vyno kainos po krizės atsigauna itin sparčiai. Kai kurie vynai Azijoje – Honkongo, Singapūro aukcionuose – dabar šluote šluojami [9]. O tai rodo, kad investavimas į emocines vertybes atsigauna ir įgauna naują pagreitį.

Taigi šioje darbo dalyje aptarsime, kokie yra indeksai, apibūdinantys investicijas į emocinį turtą, apžvelgsime emocinio turto tendencijas užsienio ir Lietuvos rinkose, atliksime indeksų, apibūdinančių investicijas į emocinį turtą, prognozes penkeriems metams į priekį.

4.2.1 Investavimo į emocines vertybes indeksai

Pasaulyje egzistuoja ne vienas indeksas, įvertinantis investicijas į emocines vertybes. Tačiau reiktų pažymėti, kad ne visos investavimo į emocines vertybes grupės turi tokius indeksus.

Populiariausi investavimo į emocines vertybes indeksai pateikiami 5 paveiksle.



5 pav. Populiariausi investavimo į emocines vertybes indeksai [parengta autorės pagal 1, 6, 7, 8, 27, 28, 37, 38, 39, 57]

Kaip matome iš 5 paveikslo, populiariausi investavimo į emocines vertybes indeksai yra: kolekcinio vertybių grupėje – vyno indeksai Liv - ex 100 ir WAM Fine Wine Fund indeksai, pašto ženklų indeksai SG 100, GB 30 Rarities, British Commonwealth 30 Errors & Rarities Index, autografų indeksas Frazer's Rarities indeksas ir senovinių autobilių indeksas – HAGI Top. Prie meno kūrinių ir vertybių grupės yra priskiriami šie indeksai: Mei Moses Fine Art, Artprice Global, Times-Sotheby Art, A short-run capital asset, General Fine Art, Gabrius Art, Zurich Art Antiques indeksai ir kiti.

Investavimo rinkoje taip pat egzistuoja investavimo rinkų indeksai, kurie siejami su investavimo į emocines vertybes indeksais. Vienas plačiausiai žinomų yra Amerikos akcijų rinkos indeksas S&P 500. Šį indeksą naudosime kaip priemonę indeksams palyginti. Daugiau informacijos apie S&P 500 indeksą pateikiama F priede.

Apibūdinsime 5 paveiksle išvardintus investavimo į emocines vertybes indeksus.

Liv - ex 100 indeksas

Šis indeksas apibūdina vyno rinką. Liv - ex 100 indeksas atspindi 100 labiausiai vertinamų rūšinių vynu kainų pokyčius ir rinkoje laikomas etalonu.

Liv - ex vyno rinka yra pirmaujanti nepriklausoma vyno rinkos kainų duomenų tiekėja. Liv - ex turi daugiau nei 3000 duomenų bazių kurios buvo supaprastintos į standartinį formatą, kad būtų galima [1]:

- ✓ peržvelgti eksporto duomenų bazę ir diagramas, naršyti rinkos duomenų bazę,
- ✓ užsakyti akcijų įvertinimą,
- ✓ prieiti prie detalių rinkos analizių,
- ✓ prieiti prie vyno kainų indekso, kuris leidžia įvertinti vyno pardavimo ir pirkimo tendencijas, kas leidžia prieti prie Liv - ex 100 vyno indekso.

Į Liv - ex biržos rinkos narių sąrašą įeina didieji pirkėjai ir pardavėjai, tokie kaip importuotojai, eksportuotojai, brokeriai, didmeninės prekybos įmonės. Biržai vadovauja komitetas, kuris sudarytas iš išrinktųjų biržos valdybos žmonių, biržos pirkėjų ir pardavėjų. Komitetas nustato biržos taisykles ir politiką. Kiekvienam įvykusiam sandoriui sudaromas kontraktas, pirkėjas turi pasirašyti kredito draudimą. [1]

Prieš apskaičiuojant Liv - ex 100 indeksą, vynas, kuriam jis yra skaičiuojamas, turi būti pripažintas bent 95 vyno kritikų ir juo turi būti nuolat prekiaujama Liv - ex vyno rinkoje. Tokios vynu rūšys kas ketvirtį yra peržiūrimos kritikų komiteto. Liv - ex 100 indeksas yra apskaičiuojamas atsižvelgiant į vyno kainą, surandant vidurkį tarp aukščiausios ir žemiausios siūlomos kainos už vyną. Kiekvieno vyno indeksą įvertina tas pats komitetas, kuris analizuoja, ar indeksas buvo nustatytas tinkamai, atsižvelgiant į visus turimus duomenis, įskaitant prekybos kainas ir istorinius duomenis. Galutinis reitingas gaunamas apskaičiuotą skaičių padauginus iš pagaminto (turimo) vyno kiekio – kuo mažesnis tokio vyno kiekis pasaulyje, tuo vynas yra vertingesnis [1].

Kitas indeksas, patvirtinantis geras rinkos perspektyvas yra WAM Fine Wine Fund indeksas.

WAM Fine Wine Fund

WAM Fine Wine Fund indeksas buvo sukurtas 2006 metų rugsėjį, tačiau nepavyko gauti duomenų apie šį indeksą, tad galime tik pasakyti, kad nuo indekso įsteigimo iki 2008 metų šio indekso fondo grąža buvo 40 % [58].

SG-100 indeksas

SG 100 indeksas (angl. *SG 100 index*) buvo sukurtas 2000 metais. Jo kūrėju laikoma stambi Jungtinės Karalystės pašto ženklų pardavimo tarpininkė – kompanija *Stanley Gibbons*

(SG). Indekso pagrindas –100 dažniausiai pasaulyje perkamų – parduodamų pašto ženklų faktinės kainos svarais sterlingais [62].

GB 30 Rarities indeksas

GB 30 Retenybių indeksas (angl. *GB 30 Rarities Index*) taikomas retiems Didžiosios Britanijos pašto ženkams [62]. Šis indeksas pradėtas naudoti 2004 metais ir yra laikomas pagrindiniu indeksu, kuris įvertina klasikinius Didžiosios Britanijos pašto ženklų rinkinius [27].

Britų Sandraugos klaidų ir retenybių indeksas

Britų Sandraugos klaidų ir retenybių indeksas (angl. *British Commonwealth 30 Errors & Rarities Index*) taikomas retiems Britų Sandraugos šalyse leidžiamiems pašto ženkams [62].

Britų Sandraugos klaidų ir retenybių indeksas pradėtas naudoti 2004. Šis indeksas yra tapatus Didžiosios Britanijos indeksui, tačiau jis apima dar ir 30 klasikinių tautų sandraugos pašto ženklų, kurie yra rekomenduojami investavimui [27].

Fraserio retenybių indeksas

Fraserio retenybių indeksas sudarytas remiantis šimtu 1997 metais labiausiai paklausių autografų kainomis, lyginant jas su šiandienine autografų verte rinkoje. Šis investavimo indeksas pateikia vidutinį vertės padidėjimą procentais tam tikru laiku tam tikroms prekėms (šiuo atveju autografams) [27].

HAGI Top indeksas

Padidėjus senų klasikinių automobilių paklausai buvo sukurtas HAGI Top indeksas, fiksuojantis kainų svyravimus rinkoje. Šis indeksas, apima 11 prekių ženklų ir 38 modelius. Indeksas sukurtas 2008 metais, todėl dar nėra pakankamai duomenų, kad galėtume išsamiau paanalizuoti šio indekso pokyčius. Kalbant apie senų klasikinių automobilių indeksą, galima pasakyti, kad nuo jo atsiradimo, t. y. nuo 2008 metų iki 2010 liepos pabaigos šis indeksas išaugo 39 procentais.

Mei Moses meno kūrinių indeksas

Tai plačiausiai meno rinkoje naudojamas Niujorko ekonomistų Jianping Mei ir Michael Moses sukurtas indeksas. Atlikę išsamią meno rinkos analizę Mei ir Moses sukūrė *Mei&Moses Fine Art indeksą*, kitaip dar vadinamą *tapybos indeksu*.

Mei Moses Fine Art indeksas atspindi visų pasaulyje pirmaujančių aukcionų meno kūrinių pardavimo kainas ir tendencijas.

Daugiausiai reikšmės indekso dydžiui čia turi [28]:

- ✓ Dailininko žinomumas ar pripažinimas;
- ✓ Muziejų pripažinimas (kiek muziejų yra įsigiję autoriaus kūrinių);
- ✓ Reitingų sąrašai (jeigu egzistuoja) ir dalyvavimas aukcionų pardavimuose;
- ✓ Dailės kritikų dėmesys dailininkui;

- ✓ Dailininko geriausių tapybos laikotarpių studijavimas;
- ✓ Pasirinktų kūrinių atlikimo technikos, metai;
- ✓ Dailės kūrinio kokybinis įgyvendinimas (piešinio profesionalumas, kompozicija);
- ✓ Dailės kūrinio nuosavybės istoriografija;
- ✓ Estetinė ir dvasinė kūrinio energetika;
- ✓ Panašios kokybės autoriaus kūrinių pasiūla rinkoje.

Mei Moses meno kūrinių indeksas skelbiamas kiekvienų naujų metų pirmąją savaitę sausio mėnesį. Naudojantis naujausiai surinktais duomenimis, yra apskaičiuojama praėjusių metų investicijų į meno kūrinius grąža. Kadangi šis indeksas yra metinis, siekiant nuoseklumo, nustatant indeksą yra daroma prielaida, kad visi meno kūrinių pirkimai ir pardavimai yra vykdomi metų paskutinę dieną.

Siekiant užtikrinti *Mei Moses* meno kūrinių indekso skaidrumą, jam kurti yra naudojami tik viešų aukcionų rezultatai (dažniausiai naudojami *Sotheby's* ir *Christie's* aukcionų duomenys); indeksas naudojamas vertinti skirtingas meno kūrinių kategorijas, tokias kaip 19 a. laikų menas, impresionizmas, šiuolaikinis menas, Lotynų Amerikos, pokario menas ir pan. Atsižvelgiant į tai, kad indeksui sukurti naudojamosi gilia analize, *Mei Moses* meno kūrinių indeksas laikomas labai patikimu ir nešališku indeksu. Taip yra dar ir dėl to, kad indekso analizė ir jo kūrimas vykdomas nuo 1925 metų, o tai leido sukaupti didelę patirtį [50].

Artprice Global Index (arba AGI)

Tai pagrindinis ir išsamiausiai analizuojamas meno rinkos indeksas. Šio indekso išsami analizė kasmet pateikiama Artprice.com internetinėje duomenų bazėje. Šioje bazėje patalpinta virš 290 000 katalogų apie meną, apibendrintai pateikiami įvykusių 25 milijonų aukcioninių rezultatai ir jų analizė. Svetainėje išsamiai analizuojamos menininkų biografijos.

Artprice Global indeksas sudarytas remiantis 405 000 menininkų aukcionuose pasiektais rezultatais (nuo 1960 iki 2008 metų tokių aukcionų įvyko daugiau kaip 2900). Tai pats svarbiausias indeksas meno rinkoje. Jis suteikia galimybę besidomintiems menu išsiaiškinti meno aukcionų praeitį, dabartį ir ateities tendencijas. Jo dėka galima numatyti pelningiausias meno kryptis ir didžiausią pelno grąžą žadančius menininkus. Kadangi brangiausi meno kūriniai, perkami ir parduodami aukcionuose, tokie indeksai yra labai aktualūs [44].

Artnet Fine Art indeksas

Šis indeksas sukurtas Niujorko meno rinkos analitikų remiantis pasaulinio garso meno aukcionų duomenimis. Skaičiuojant šį indeksą buvo įvertinta vidutiniškai 4 300 menininkų, kurių 85 procentai darbų buvo parduoti aukcionų metu.

Teigiama, kad remiantis šiuo indeksu galima įžvelgti meno rinko tendencijas vyračius per paskutiniuosius 18 metų [6].

Times – Sotheby art indeksas

Analogiškai Mei&Moses Fine Art Indeksui Sotheby's aukciono analitikai 1967 metais sukūrė parduodamų paveikslų indeksą *Times - Sotheby Art Index*. Iš jo matyti, kad šio aukciono parduodamų darbų vertė kilo 25 - 200 proc. per metus. Taip atsirado didesnis visuomenės pasitikėjimas šiuo investavimo būdu, nes pastebėta, kad paveikslams rinkų svyravimai įtakos nedaro [57].

Trumpalaikio investavimo indeksas (A short - run capital asset index)

Britų ekonomistas Roberto Zanolio ir mokslininkė iš Italijos Marinela Locatelli 1998 metais sukūrė sudėtingą paveikslų kainų indeksą *A short - run capital asset indeksą (trumpalaikio investavimo indeksą)*. Remdamiesi pasaulinės aukcionų duomenų bazės *Mayer International Auction* įrašais, jie išanalizavo 1987 - 1995 metų pagrindinių pasaulio aukcionų duomenis. Savo moksliniame darbe jie nagrinėjo pasikartojančius tų pačių paveikslų pardavimus, prabėgus metams dvejiems ir daugiau nuo paveikslo įsigijimo. Buvo atlikta teorinė ir ekonometrinė analizė ir nustatyta, kad paveikslų rinkai vis dėlto įtaką daro pasauliniai ir konkrečių valstybių ekonominiai nuosmukiai ir pakilimai. Tačiau netgi per ekonomines krizes meno kolekcijų investicinė grąža buvo labai panaši į grąžą, gaunamą, pavyzdžiui, iš JAV vyriausybės vertybinių popierių, 30 metų trukmės valstybės paskolos popierių, aukso. O ekonominės gerovės laikotarpiais kapitalo grąža iš paveikslų netgi viršijo kitų investicinių priemonių grąžą. Taip pat buvo nustatyta, kad įsigijus paveikslą spekuliaciniais tikslais ir pardavus jį po metų ar dviejų, kapitalo grąža buvo kur kas mažesnė, nei tų, kurie buvo parduoti po penkerių ar daugiau metų [57].

General Fine Art indeksas

Šį indeksą 2006 metais sudarė R.A.J. Campbell. General Fine Art indeksas įvertina tris pagrindinius meno rinkos indeksus: Mei&Moses Fine Art, Artprice Global ir Artnet Fine Art indeksus. Literatūros šaltiniuose teigiama, kad tai yra išsamus ir patikimas meno rinkos indikatorius.

4.2.2 Investavimo į emocines vertybes tendencijų analizė

Šioje darbo dalyje atliksime investavimo į emocines vertybes tendencijų analizę pasinaudodami populiariausiais šių investavimo grupių indeksais. Kadangi nebuvo galimybės patekti į visų indeksų duomenų bases, analizę atliksime pasirinkę po vieną investavimo į emocines vertybes grupės indeksą.

Taigi šioje darbo dalyje bus atliktos šių indeksų analizės:

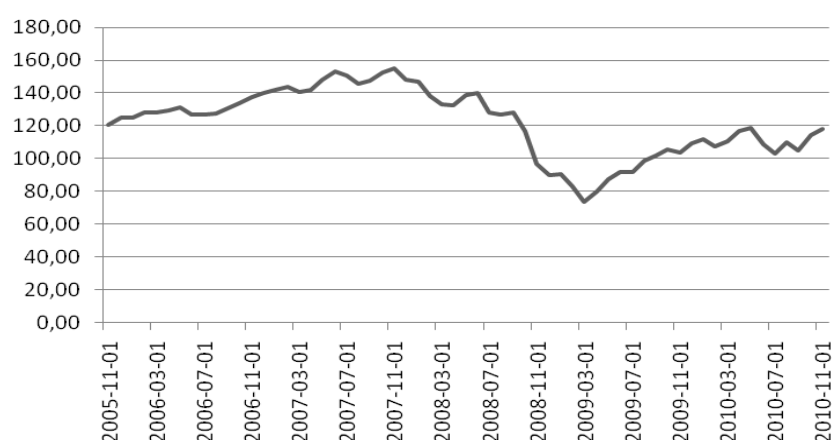
- ✓ Amerikos akcijų rinkos indekso S&P 500 analizė,
- ✓ vyno rinkos indekso Liv - ex 100 analizė,

- ✓ pašto ženklų indekso SG 100 analizė,
- ✓ meno kūrinių ir vertybių indekso Artprice Global analizė.

S&P 500 indekso tendencijos 2005 – 2010 metais

Kaip jau minėjome, S&P 500 indeksas apskaičiuojamas kiekvieną dieną, 500 įtakingiausių JAV įmonių bendrąją vertę dalinant iš to laikotarpio bazinio skaičiaus.

Panagrinėsime, kaip S&P 500 indeksas kito per paskutinius penkerius metus, t. y. nuo 2005 iki 2010 metų. Indekso dinamika pavaizduota 6 paveiksle. Duomenys, panaudoti 6 paveikslo sudarymui, pateikiami prieduose (G priedas).



6 pav. S&P 500 indekso dinamika 2005 – 2010 metais [Sudaryta autorės pagal 53]

Analizuojant pastarųjų penkerių metų S&P 500 indekso pokyčius, galima pasakyti, kad iki 2007 metų spalio mėnesio šis indeksas nors netolygiai, bet didėjo. Lyginant su 2005 metais, S&P 500 indeksas nuo 1207,01 išaugo iki 1549,38. Tačiau 2007 metų lapkričio mėnesį S&P 500 indeksas pradėjo kristi. Indekso kritimas tęsėsi iki 2009 metų vasario mėnesio, kol pasiekė 735,09 ribą. Tai įtakoją kone didžiajai daliai sričių įtakos turėjusi pasaulio ekonominė krizė. 2009 metų kovo mėnesį indekso reikšmė vėl pradėjo palaipsniui didėti ir iki mūsų analizuojamo laikotarpio pabaigos (iki 2010 metų spalio mėnesio) pasiekė 1183,26 reikšmę.

Indekso S&P 500 kitimo tempai procentais pateikiami prieduose (H priedas).

Kaip minėjome, iki 2007 metų spalio mėnesio S&P 500 indeksas didėjo, lyginant su 2005 metais. 2007 metų spalio mėnesį indeksas lyginant su 2005 metų lapkričio mėnesiu padidėjo 26,49 proc. Tačiau 2007 metų lapkričio mėnesį šis indeksas pradėjo kristi ir kritimas tęsėsi iki 2009 metų vasario mėnesio. 2008 metų IV ketvirtį S&P 500 indeksas patyrė didžiausią procentinę nuosmūkį per visus penkerius metus, lyginant 2009 metų pradžios rezultatus su prieš tai buvusio ketvirčio rezultatais. Per paskutinį 2008 metų ketvirtį S&P 500 indeksas sumažėjo net 22,5 proc.

Per kitą ketvirtį, t. y. per 2009 metų I ketvirtį šis indeksas sumažėjo 11,6 proc. lyginant su 2008 metų IV ketvirčiu. Taigi, indeksas S&P 500 2009 metų I ketvirtį pasiekė žemiausią ribą per visus penkerius analizuojamus metus. Lyginant su 2005 metų lapkričio mėnesiu, 2009 metų I ketvirtį indeksas S&P 500 buvo mažesnis 33,9 proc.

Tačiau 2009 metų II ketvirtį indeksas pradėjo augti, ir lyginant su 2009 metų I ketvirčiu, indeksas padidėjo 15,22 proc., nors lyginant su 2005 metų lapkričio mėnesiu šis indeksas vis dar buvo mažesnis 23,83 proc.

Per 2009 metų III ketvirtį indeksas S&P 500 padidėjo 14,98 proc., per 2009 IV ketvirtį – 5,49 proc, per 2010 metų I ketvirtį – 4,87 proc. 2010 metų II ketvirtį indeksas sumažėjo 11,8 proc, tačiau 2010 metų III ketvirtį vėl padidėjo 10,72 proc. 2010 metų III ketvirtį S&P 500 indeksas lyginant su 2005 metų lapkričio mėnesiu sumažėjo 5,45 proc.

Apibendrinant indekso duomenis, galima pasakyti, kad per 2006 metus, lyginant su 2005 metų spalio mėnesiu, S&P 500 indeksas išaugo 17,51 proc., per 2007 metus – 21,65 proc., per 2008 metus sumažėjo 25,17 proc., per 2009 metus lyginant su 2005 metų spalio mėn. duomenimis, sumažėjo 7,61 proc., ir 2010 metų spalio mėnesį šis indeksas buvo 5,45 proc. mažesnis, nei prieš penkerius metus.

Vertinant kasmetinius S&P 500 indekso duomenis, galime pasakyti, kad šis indeksas per 2006 metus padidėjo 13,62 proc., per 2007 metus – 3,53 proc., per 2008 metus staiga krito 38,49 proc., tačiau 2009 metais vėl pradėjo didėti ir per šiuos metus pakilo 23,45 proc. Per dešimt 2010 metų mėnesių S&P 500 indeksas padidėjo 6,11 proc.

Pagal pastarųjų 1,5 metų rezultatus (indeksas per paskutinius 1,5 metų didėjo) galima prognozuoti, kad ir toliau indeksas didės, tačiau ar tikrai taip bus, 100 proc. niekas negali pasakyti. Gali kažkas įvykti, po ko akcijos kils kelis metus, tačiau taip pat galimas ir sukrėtimas, po kurio akcijos gali prarasti 50 proc. vertės. Nežiūrint į tai, traders.lt specialistai teigia, kad Amerikos ekonomikos augimas bus didesnis nei prognozuoja ekonomistai. Todėl per artimiausius dvyliką mėnesių S&P500 indeksas gali pakilti nuo 15 iki 20 procentų.

Tendencijos antikvarinių daiktų rinkoje

Didelę dalį investicijų į emocinį turtą pastaraisiais metais sudarė juvelyrikos dirbiniai, prabangūs laikrodžiai ir brangieji akmenys. Juvelyriniai papuošalai, brangieji akmenys ir laikrodžiai yra antroji pagal dydį emocinio investavimo kategorija.

Tokia tendencija ypač ryški buvo Artimuosiuose Rytuose.

Padidėjus paklausai, aukso kainos 2009 metais kilo stabiliai. Visus metus aukso kaina stabiliai didėjo – iš viso 26,9 proc. per metus. Tačiau ne visos antikvarinių daiktų sferos taip

sėkmingai išsilaikė per pasaulinę ekonominę krizę. Pasaulio ekonominė krizė padarė įtaką pramoninio ir juvelyrinio aukso paklausai, kuri 2009 - aisiais atitinkamai sumažėjo 16 proc. ir 20 proc.

Didesnis susidomėjimas investicijomis į ilgalaikės vertės daiktus pastebėtas nuo finansų krizės pradžios. Daugiausia šioje kategorijoje investuota Artimuosiuose Rytuose ir Azijoje, atitinkamai 35 proc. ir 31 proc. Vis dėlto juvelyrikos dirbinių pardavimai augo nedaug, nes pirkėjai vis dar žvalgosi mažesnių kainų ir vietoje aukso renkasi sidabrą [9].

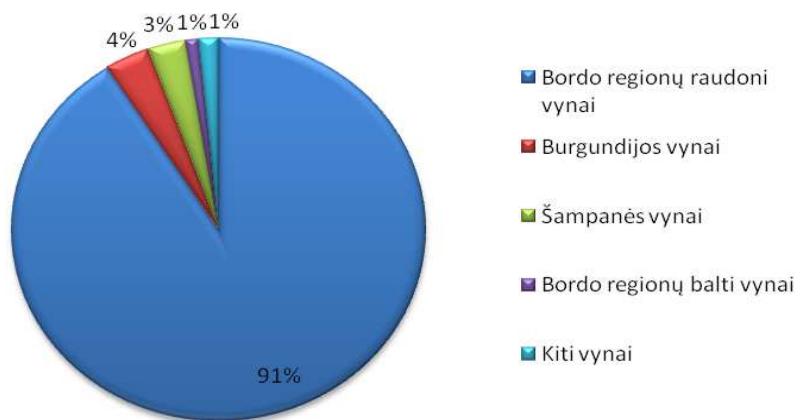
Tendencijos kolekcinio vertybių rinkoje

Kolekcinio vynu, monetų ir kitų vertybių pardavimai 2009 metais didėjo nežymiai, tačiau po ekonominio nuosmukio atsigavimo ženklų 2009 metais jau buvo pastebima.

Vynas

Vyno rinkoje labai svarbios yra subjektyvios priežastys: vynu kainas įtakoja mados ir skoniai.

Kalbant apie investavimą į vynu rinką, reikėtų pažymėti, kad apie 91 proc. vynu investicijų tenka raudoniems Bordo vynams. Likusi dalis – balti Bordo vynai (apie 1 proc.), Burgundijos vynai (apie 3,5 proc.), Šampanės (apie 3 proc.) ir kitų šalių (Italijos, Australijos ir t. t.) vynai. Iš kitų šalių vynu didžioji dalis ekspertų labiausiai vertina Ispanijos Porto vynus [25]. Vyno rinkos pasiskirstymą pagal vynu rūšis pavaizduosime grafiškai (7 paveikslas).



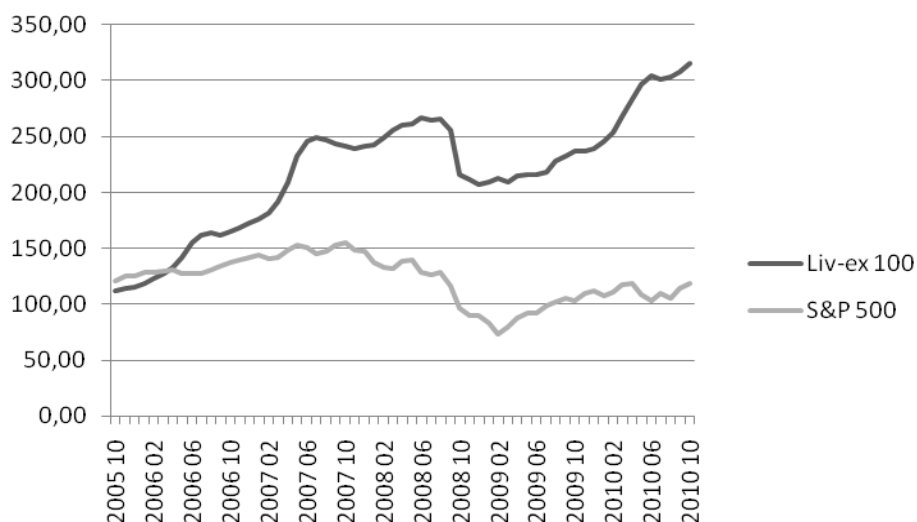
7 pav. Vyno rinkos pasiskirstymas pagal vynu rūšis [sudaryta autorės pagal 25]

Per paskutinius 30 metų patys geriausi Bordo regiono derliaus metai yra šie: 1982, 1985, 1986, 1989, 1990, 1995, 1996, 2000 ir 2005 m. Paskutiniai, t. y. 2005 m., yra laikomi vos ne etaloniniais. Tačiau tokių vynų kaina yra sukelta, tad investicijų gražos teks laukti gana ilgai [24].

Vyno rinkai būdinga tai, kad čia didelę įtaką gali turėti subjektyvios priežastys, t. y. vynų kainas gali lemti mados, kurios ateina, o vėliau praeina. Todėl negalima akiai pasikliauti tais vynais, kurių kaina kada nors labai staiga kilo, nes tokį kilimą galėjo lemti to laiko mados tendencijos. Tačiau didžioji dalis ekspertų vieningai teigia, kad teisingai pasirinkti vynai niekada nepinga. Jie visada brangsta, tik vieni lėčiau, kiti — greičiau. Išsirinkus ir įsigijus „teisingą“ vyną, svarbiausia yra „neperdegti“ ir neparduoti jo per anksti [24].

Vyno rinkoje pirmąją *Londono Tarptautinę vyno pirklių biržą*, kitaip dar vadinama Liv - ex birža. Ji buvo įkurta 1999 metais. Ši birža vyno prekiautojams suteikia galimybę prekiauti vynu internetu ir telefonu. Liv - ex birža taip pat teikia duomenis ir vertės nustatymo paslaugas profesionaliems vyno prekiautojams bei kolekcionieriams [1]. Duomenys apibendrinami pasitelkiant Liv - ex 100 indeksą, vyno rinkoje laikomą etalonu. Kaip jau minėjome, šis indeksas atspindi 100 labiausiai vertinamų rūšinių vynų kainų pokyčius. Liv - ex indekso dinamika 2005 – 2010 metais pateikiama prieduose (I priedas).

Liv - ex 100 ir S&P 500 indeksų dinamika 2005 – 2010 metais pavaizduota 8 paveiksle. Duomenys, pagal kuriuos sudarytas 8 paveikslas, pateikiami prieduose (G priedas).



8 pav. Liv - ex 100 ir S&P 500 indeksų dinamika 2005 – 2010 metais [sudaryta autorės pagal 1, 54]

Liv - ex 100 indeksas nuo 2005 metų spalio mėnesio iki 2008 metų birželio mėnesio palaipsniui vis didėjo. Lyginant su 2005 metų spalio mėnesiu, indekso reikšmė nuo 111,88 išaugo iki 266,57, t. y. padidėjo daugiau nei dvigubai – 138,26 proc. Tuomet prasidėjo indekso kritimas, kuris tęsėsi iki 2008 metų pabaigos. 2008 metų gruodžio mėnesį indekso reikšmė buvo 206,81. Lyginant su 2008 metų birželio mėnesiu, Liv - ex 100 indeksas sumažėjo 59,76, tačiau lyginant su 2005 metų spalio mėnesiu, Liv - ex 100 indeksas 2008 metų gruodžio mėnesį buvo didesnis 84,84 proc.

2009 metų sausio mėnesį prasidėjo spartus indekso Liv - ex 100 augimas. Iki 2010 metų spalio mėnesio šis indeksas išaugo iki 315, 65, o tai rodo, kad kuo toliau, tuo daugiau investicijų yra nukreipiama į vyno rinkas.

Lyginant Liv - ex 100 indeksą su S&P 500 indeksu, galima pasakyti, kad Liv - ex 100 indekso pasaulinė krizė taip smarkiai nepaveikė, kaip kad paveikė S&P 500 indeksą. S&P 500 indekso kritimas per analizuojamą penkerių metų laikotarpį tęsėsi pusantrų metų, o Liv - ex 100 indekso kritimas truko pusmetį ir tuo laikotarpiu indeksas buvo didesnis už indekso reikšmę 2005 metais. O tai rodo, kad krizės laikotarpiu investavimas į vyno rinkas buvo populiarus ir krizė didelės įtakos šiai investavimo sričiai nepadarė.

Kai kurie specialistai Liv - ex 100 indekso kritimo su pasauline ekonomine krize tiesiogiai nesieja. Pavyzdžiui, aukciono Sotheby's *Wine North America* vadovas teigia: „Dvejus metus mes stebėjome itin dinamišką ir precedento neturintį brangių kolekcinų vynu kainų kilimą, todėl nieko nuostabaus, kad atėjo laikas, kai tenka daryti korekcijas, kad atsirastų kitokios kainos“ [25].

Indekso Liv - ex 100 kitimo tempai procentais pateikiami prieduose (H priedas).

Reikėtų pažymėti, kad Liv – ex 100 indeksas kinta nestabiliai. Lyginant indekso ketvirčių duomenis, matome, kad daugiausiai indeksas išaugo per 2007 metų II ketvirtį – indeksas per ketvirtį išaugo 28,31 proc., lyginant su 2007 metų I ketvirčiu. Didžiausias indekso kritimas pastebimas 2008 metų IV ketvirtį. Palyginus su 2008 metų III ketvirčio rezultatais, Liv - ex 100 indeksas sumažėjo 19 proc.

Apibendrinant analizuojamą penkerių metų laikotarpį, galima pasakyti, kad per visus penkerius metus lyginant indekso reikšmes su 2005 metų spalio mėn. duomenimis, Liv - ex 100 indeksas augo. Per 2006 metus, lyginant su 2005 metų spalio mėnesiu, Liv - ex 100 indeksas išaugo 53,98 proc., per 2007 metus – 115,87 proc., per 2008 – 84,84 proc., per 2009 metus lyginant su 2005 metų spalio mėn. duomenimis, šis indeksas padidėjo 113,94 proc. Nuo 2005 metų spalio mėn. iki 2010 metų spalio mėn. šis indeksas išaugo 175,4 proc.

Vertinant metinius indekso duomenis, Liv - ex 100 kito taip – per 2006 metus Liv - ex 100 indeksas aukštyn pakilo rekordiniais 48,6 proc. 2007 m. vyno rinkos augimo tempai šiek tiek sulėtėjo, tačiau vis tiek išliko ganėtinai aukšti, o Liv - ex 100 indeksas tais metais pakilo 37,3 proc. 2008 metais, lyginant su 2007 metais, šis indeksas sumažėjo 14,37 proc. Tokį nuosmukį lėmė 2008 metų vasarą pradėjusios mažėti kolekcinio vyno pardavimo apimtys. Jei 2008 m. pavasarį aukcionuose dar būdavo parduodami beveik visi pateikti vynai, tai vasarą buvo parduota tik 76 proc. pateiktų vynų, o kai kurių vynų kainos smarkiai krito. Pavyzdžiui, 2008 m. spalį *HDH Wine Co.* aukcione buvo parduota 1990 m. burgundiško vyno *Domaine de la Romanée-Conti* partija. Investuotojas už šio vyno dėžę sumokėjo 6 500 JAV dolerių. Tačiau kiek daugiau nei prieš metus tokio vyno dėžė kainavo apie 20 000 JAV dolerių, taigi šio vyno vertė per metus nukrito 67,5 proc. [25]. Tačiau 2009 metais indeksas vėl pradėjo didėti ir per 2009 metus išaugo 15,74 proc. Per dešimt 2010 metų mėnesių šis indeksas lyginant su 2009 metais išaugo 31,87 proc. ir pasiekė aukščiausią lygį per paskutinius penkerius metus.

Kas kolekcinį vynu rinkos laukia ateityje, kokie prognozuojami Liv - ex 100 indekso pokyčiai? Šiuo klausimu įvairių analitikų nuomonės skiriasi. Vieni teigia, kad šiandien vynu rinka yra tokioje stadijoje, kai spartus kolekcinio vynu kainų kilimas baigėsi ir tos kainos išliks stabilios kelerius metus. Kiti tvirtina, kad istorija rodo, jog ekonominės problemos visada sukelia kolekcinio vynu kainų kritimą. Dar kiti ekspertai tvirtina, kad krizių metu alkoholio vartojimas mažėja, tačiau čia pat pažymi, kad tai labiau liečia stipriuosius gėrimus ir alų [25].

Atsižvelgiant į paskutinių penkerių metų rezultatus, galima prognozuoti, kad ir toliau indeksas didės. Indekso prognozę penkeriems metams į priekį pateiksime 4.2.3 darbo dalyje.

Kalbant apie investavimą į kolekcinio vynu Lietuvos mastu, reikėtų paminėti, kad Lietuvoje didelių investavimo į vynu tradicijų dar nėra, tad be atskiro pasiruošimo patekti į vynu rinką yra sunku. Lietuvoje sąlygos investuoti į kolekcinio vynu yra, tačiau kol kas nėra didelės praktikos.

Manoma, kad pagrindinė problema, su kuria susiduria į kolekcinį vynu Lietuvoje norintys investuoti žmonės – tai yra įstatyminės bazės lankstumo trūkumas. Rimtomis investicijomis į vynu susidomėję žmonės turi vienintelį pasirinkimą – užsienį. Norintys investuoti į kolekcinio vynu, turi užsienyje ieškoti vyno prekeivių ir bendradarbiauti su jais, fiziškai savo įsigyto vyno dažniausiai net nematydami.

Taip yra, nes šalies įstatymuose tiesiog nenumatyta galimybė tokiomis investicijomis užsiimti fiziniam asmeniui. Dabar prabangaus vyno investuotojo veikla yra reglamentuojama tų pačių teisinių aktų, kaip ir bet kurios alkoholio parduotuvės, o bet kokiai prekybai alkoholiu reikalinga licencija, tad teoriškai investuoti į vynu Lietuvoje norintis žmogus privalėtų steigti įmonę. „Lietuvoje vyno pirkimas ar pardavimas susijęs su teisiniu prekybos alkoholiniais gėrimais

ir galimo licencijavimo klausimais. Juridiniams asmenims problemų nekyla, bet fiziniams asmenims tai daryti labai sudėtinga. Kas perka ir parduoda, daro tai „juodai“ – mėgėjas, mėgėjui, kaip kokią pašto ženklą“, – situaciją nusako vienas kelių rimtų vyno investuotojų šalyje Paulius Gruodis [18].

Kaip teigia banko „Finasta“ investicijų strategas Petras Kudasas, Lietuvoje niekas nesiūlo infestcinių portfelių, kurių sudedamoji dalis būtų vynas (kaip kad yra užsienyje). Šios investicijos neatrodo labai patrauklios, nes jos neneša pajamingumo – nusipirkus vyną tik atsiranda saugojimo kaštai. Gali tikėtis kainos augimo, bet rinkta nėra labai aiški ir likvidi. Nėra aiškių kainų ribų, kokias turi, tarkim, biržoje prekiaujami investiciniai vienetai. Taigi, būtų net sunku apskaičiuoti fondų vieneto vertę, sako banko „Finasta“ investicijų strategas Petras Kudasas.

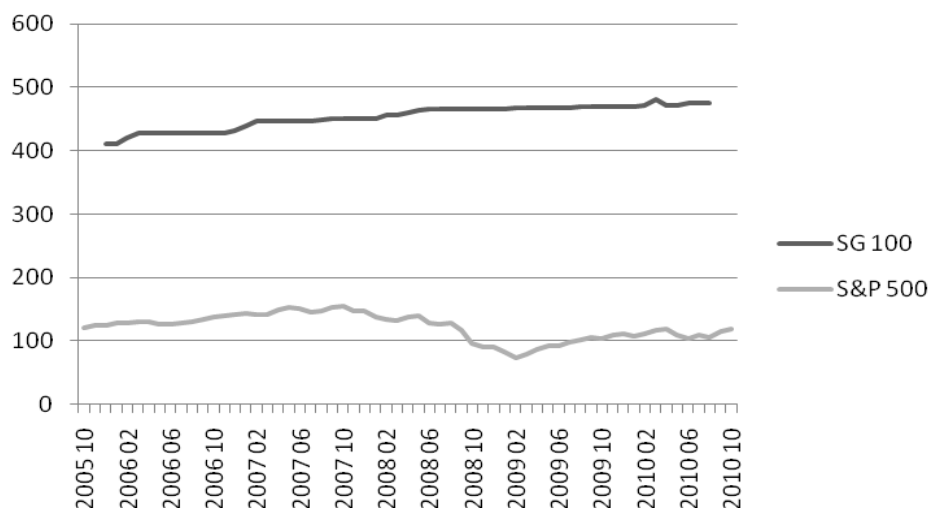
Taigi, kadangi investavimo į vyną tradicijų Lietuvoje kol kas nėra, analizuoti investavimo į kolekcinis vynes tendencijų Lietuvoje, besiremiant konkrečiais skaičiais, mes negalime.

Pašto ženklai

Kaip jau minėjome, investavimo į pašto ženklus tendencijas atspindi ne vienas indeksas: SG 100 indeksas, GB 30 Retenybių indeksas, Britų Sandraugos klaidų ir retenybių indeksas.

Bene dažniausiai naudojamas yra SG 100 indeksas. SG 100 indekso dinamika 2005 – 2010 metais pateikiama prieduose (I priedas).

Indeksų SG 100 ir S&P 500 dinamika 2005 - 2010 metais pavaizduota 9 paveiksle.



9 pav. SG 100 ir S&P 500 indeksų dinamika 2005 - 2010 metais

[sudaryta autorės pagal 27, 54]

Iš 9 paveikslo matome, kad SG 100 indeksas didėja pakopomis – staiga pakyla ir keliems mėnesiams apsistoja ties ta pačia arba labai artima reikšme. SG 100 indekso kitimo tempai procentais pateikiami prieduose (H priedas).

SG 100 indeksas per penkerių metų laikotarpį, t. y. nuo 2005 metų gruodžio mėnesio iki 2010 metų rugpjūčio mėnesio nuolat augo. Lyginant su 2005 metų gruodžio mėnesiu, indekso reikšmė nuo 409,76 išaugo iki 475,67, t. y. padidėjo 16,09 proc.

Lyginant SG 100 indekso ketvirčių duomenis, galime pasakyti, kad indeksas kito labai nežymiai. Didžiausias indekso kilimas pastebimas per 2006 metų I ketvirtį – indeksas per šį ketvirtį išaugo 4,34 proc., lyginant su 2005 metų IV ketvirčiu. Didžiausias indekso kritimas pastebimas 2010 metų II ketvirtį. Palyginus su 2010 metų I ketvirčio rezultatais, SG 100 indeksas sumažėjo 1 proc. Taigi galima daryti išvadą, kad šis indeksas yra gana stabilus ir ateityje taip pat galima tikėtis indekso SG 100 augimo.

Apibendrinant analizuojamą penkerių metų laikotarpį, galima pasakyti, kad per tą laikotarpį lyginant indekso reikšmes su 2005 metų gruodžio mėn. duomenimis, SG 100 indeksas nuolat augo. Per 2006 metus, lyginant su 2005 metais, SG 100 indeksas išaugo 5,19 proc., per 2007 metus – 9,82 proc., per 2008 – 13,54 proc., per 2009 metus lyginant su 2005 metų rezultatais, šis indeksas padidėjo 14,43 proc. Nuo 2005 metų gruodžio mėn. iki 2010 metų rugsėjo mėn. šis indeksas išaugo 16,09 proc. Nuo indekso atsiradimo, t. y. nuo 2000 metų iki 2010 metų indeksas išaugo 90 proc. [27].

Lyginant SG 100 indeksą su S&P 500 indeksu, galima pasakyti, kad SG 100 indekso pasaulinė krizė, taip pat kaip ir Liv - ex 100 indekso, smarkiai nepaveikė, kaip kad paveikė S&P 500 indeksą. Kaip jau minėjome, S&P 500 indekso kritimas per analizuojamą penkerių metų laikotarpį tęsėsi pusantrų metų, o SG 100 indeksas nuo 2005 metų gruodžio mėnesio iki 2010 metų rugsėjo mėnesio tik didėjo. Tai rodo, kad krizės laikotarpiu investavimas į pašto ženklus, priešingai nei investavimas į didžiąją dalį sričių, buvo populiarus ir krizė neigiamos įtakos šiai investavimo sričiai galima sakyti nepadarė.

Vertinant indeksą pagal metinius duomenis, SG 100 kito taip – per 2006 metus šis indeksas aukštyr pakilo 5,19 proc. 2007 m. pašto ženklų rinkos augimo tempai buvo panašūs kaip ir 2006 metais, tačiau reiktų pažymėti, kad šio indekso augimo tempai pradėjo mažėti - SG 100 indeksas tais metais pakilo 4,41 proc. 2008 metais indekso augimo tempai lėtojo ir toliau. Lyginant su 2007 metais, SG 100 indeksas padidėjo 3,38 proc. 2009 metais indeksas padidėjo jau tik 0,79 proc. Tačiau svarbu yra tai, kad ir smarkiai sulėtėjusiais tempais, bet indeksas metai iš metų vis didėja. Tai leidžia daryti prielaidą, kad kasmet investavimo į pašto ženklus rinka plečiasi, didėja

susidomėjimas šia investavimo sritimi. Per aštuonerius 2010 metų mėnesius SG 100 indeksas, lyginant su 2009 metais, išaugo 1,45 proc.

Atsižvelgiant į paskutinių penkerių metų rezultatus, galima prognozuoti, kad ir toliau indeksas didės. Indekso prognozę penkeriems metams pateiksime 4.2.3 darbo dalyje.

Monetos

Indekso, apibūdinančio investavimą į monetas, rasti nepavyko. Kalbant apie šią investavimo sritį, galima pasakyti, kad monetų pardavimai 2009 metais augo ir aukcionuose būta pardavimų, viršijusių 1 mln. JAV dolerių. Pavyzdžiui, 1797 metais nukalta JAV 1 cento moneta (pasaulyje yra tik septynios tokios monetos) parduota už 1,3 mln. JAV dolerių. Pirmą kartą istorijoje 1 cento moneta parduota daugiau nei už 1 mln. USD. [9]

Taigi, galime daryti prielaidą, kad investavimu į monetas yra aktyviai domimasi, kadangi investavimas į šią sritį lygiai taip pat kaip investavimas į vyną, pašto ženklus, kasmet susilaukia vis daugiau investuotojų dėmesio.

Senoviniai automobiliai

Investavimas į kolekcinis automobilius yra gana smarkiai paplitęs pasaulyje. Tačiau ne kiekvienas automobilis gali būti pavadintas vertingu, tinkamu investavimui. Garsūs pasaulio kolekcininkai paprastai renkasi išskirtinius automobilius. Būna keli įdomių automobilių tipai – dažniausiai jie turi specialiai užsakytus kėbulus ir būna išleisti nedidelėmis serijomis. Tokie automobiliai laikomi elitiniais dar savo gamybos metais.

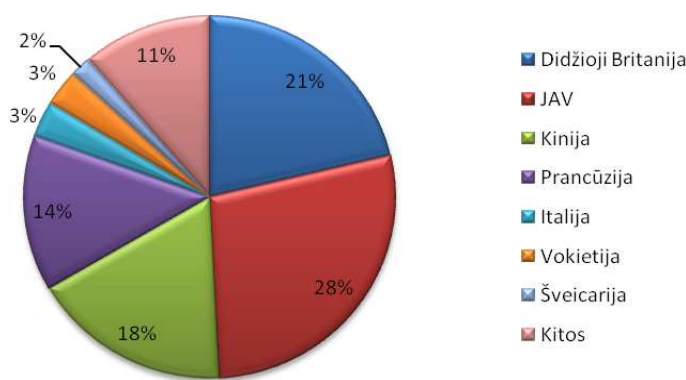
Investavimas į senovinius automobilius nuo investavimo į kitą emocinį turtą skiriasi tuo, kad senoviniais automobiliais galima ne tik gėrėtis, bet jais ir naudotis - važinėti. Vakarų Europoje ši veikla yra išplitusi gana plačiai, o Lietuvoje kad ir domėjimasis senoviniais automobiliais didėja, tačiau kol kas į tokią techniką investuoti išgali labai siauras ratas žmonių. Ekspertų teigimu, automobilis yra potencialus būsimų pajamų šaltinis, nes senovinių automobilių paklausa per kelis paskutinius metus taip išaugo, kad jiems buvo sukurtas specialus indeksas - HAGI Top, rodantis tokių automobilių kainų svyravimus rinkoje. Tačiau kadangi šis indeksas egzistuoja tik dvejus metus, išsamios analizės atlikti negalime.

Kalbant apie senų klasikinių automobilių indeksą tik galima pasakyti tik tiek, kad nuo jo atsiradimo, t. y. nuo 2008 metų iki 2010 m. liepos mėnesio pabaigos šis indeksas išaugo 39 procentais.

Tendencijos meno kūrinių ir vertybių rinkoje

Meno kūriniai ir jų vertybės remiantis *World Wealth Report 2010* ataskaita yra laikoma pirmąja pagal dydį emocinio investavimo kategorija. Dauguma investuotojų į emocines vertybes meno kūrinius laiko puikia finansine investicija. Indijoje ir Kinijoje tai laikoma priemone išvengti infliacijos poveikio.

Remiantis *Artprice Global* indekso tiklapyje pateikiama metine ataskaita *Market trends in 2009*, galima daryti išvadą, kad 2009 metais pagal meno aukcionų apyvartą pirmavo JAV, antra buvo Didžioji Britanija, po jos sekė Kinija, Prancūzija ir kitos šalys. Meno rinkos pasiskirstymas pagal aukcionų apyvartas skirtingose šalyse parodytas 10 paveiksle.



10 pav. Meno rinkos pasiskirstymas pagal meno aukcionų apyvartas 2009 metais

[sudaryta autorės pagal 38]

Iš 10 paveikslo matome, kad 2009 metais meno rinkoje 28 proc. užėmė JAV aukcionai. Nedaug nuo JAV atsiliko Didžioji Britanija, kurios aukcionų apyvartos 2009 metais sudarė 21 proc. visos meno rinkos. Kinijos meno aukcionų apyvartos 2009 metais sudarė 18 proc. visos meno rinkos. Likusią meno rinkos dalį pasidalino Prancūzija, Italija, Vokietija, Šveicarija ir kt. valstybės.

Remiantis *Merrill Lynch Global Wealth Management* ir *Cap Gemini* apžvalga *World Wealth Report 2010*, kad 2009 metų pabaigoje 22 proc. visų emocinių investicijų buvo atlika meno srityje. Daugiausia į meno kūrinius 2009 - aisiais investavo Europos ir Lotynų Amerikos turtingieji. [9]

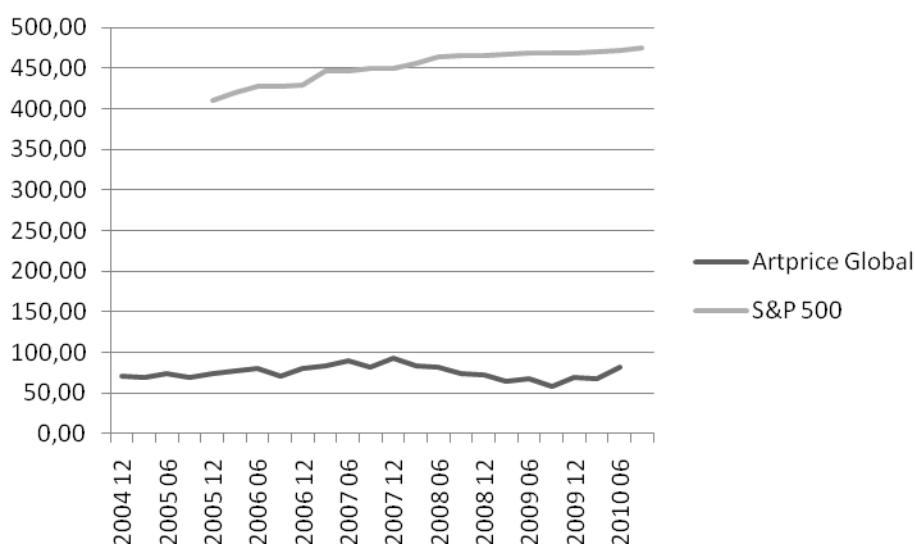
Investavimą į dailės kūrinius kartais lyginama su loterija – dailininkų darbų kainoms nebaisus nei politinis, nei ekonominis nestabilumas, o meno kūrinio vertė gali išaugti iki 400 proc. Pagal kitų specialistų nuomonę metinė dailės kūrinių grąža sudaro 20 - 30 proc. per metus. Tačiau tokia grąža garantuojama jei investuojama į tinkamai pasirinktą meno kūrinį. Paveikslas pelningai

parduodamas tada, kai auga atitinkamo dailininko ar krypties darbų paklausa. Meno rinka pasaulyje egzistuoja perpardavimų dėka [31, 32].

Meno rinkos pokyčius geriausiai atspindi Mei Moses Fine Art ir Artprice Global indeksai.

Išsamiau apžvelgsime Artprice Global indeksą. Aptarsime, kaip šis indeksas kito nuo 2004 metų gruodžio mėnesio iki 2010 metų birželio mėnesio. Artprice Global indekso dinamika 2005 – 2010 metais pateikta prieduose (I priedas).

Artprice Global ir S&P 500 indeksų dinamika pavaizduota 11 paveiksle.



11 pav. Artprice Global ir S&P 500 indeksų dinamika 2005 – 2010 metais

[sudaryta autorės pagal 8]

Naudojantis Artprice Global indeksu, matyti, kad 2000 – 2006 metais buvo fiksuojama bendra tendencija: aukcionų skaičius pasaulyje mažėjo (2000 m. – 15000, 2005 m. – 9600, 2006 m. – 9200 aukcionų per metus), tačiau parduodamų objektų skaičius – didėjo (virš 400,000 2006 metais). Įdomu yra tai, kad didėjo būtent itin brangių objektų pardavimai (2006 m. parduota 810 darbų, įvertintų virš 1 mln dolerių, iš viso generuojant virš 2,7 mlrd dolerių apyvartą). [28]

Artprice Global indeksas nuo 2004 metų pabaigos iki 2007 metų pabaigos didėjo, ir indekso augimo tempai su kiekvienais metais buvo vis didesni (per 2005 metus indeksas išaugo 5,04 proc., per 2006 – 9,59 proc., per 2007 metus – 15,27 proc.), tačiau 2008 metų pradžioje šis indeksas staiga ėmė kristi - per 2008 metus šis indeksas sumažėjo 22,42 proc. 2009 metais indekso kritimas tęsėsi toliau ir per 2009 metus šis indeksas sumažėjo 4,73 proc. Lyginant su 2004 metų gruodžio mėnesiu, indekso reikšmė per 2005 – 2007 metus išaugo nuo 69,90 išaugo iki 92,74, t. y. padidėjo 32,69 proc. Tuomet prasidėjo indekso kritimas. 2009 metų rugsėjo mėnesį indekso

reikšmė buvo 58,38. Lyginant su 2007 metų gruodžio mėnesiu, kai Artprice Global indeksas per analizuojama laikotarpį pasiekė aukščiausią reikšmę, šis indeksas sumažėjo 37,05 proc.

Artprice Global indekso kitimo tempai procentais pateikiami prieduose (H priedas).

Lyginant indekso ketvirčių duomenis, matome, kad daugiausiai indeksas išaugo per 2010 metų II ketvirtį – indeksas per ketvirtį išaugo 19,89 proc., lyginant su 2010 metų I ketvirčiu. Didžiausias indekso kritimas pastebimas 2009 metų III ketvirtį. Palyginus su 2009 metų II ketvirčio rezultatais, Artprice Global indeksas sumažėjo 13,69 proc.

Lyginant Artprice Global indeksą su S&P 500 indeksu, galima pasakyti, kad tarp šių indeksų bendra yra tai, jog Artprice Global indeksą taip pat kaip ir S&P 500 indeksą gana stipriai paveikė pasaulio ekonominė krizė. Šie indeksai pradėjo mažėti beveik tuo pačiu metu - S&P 500 indekso kritimas prasidėjo 2007 metų lapričio mėnesį, o Artprice Global indekso – 2008 metų pirmą ketvirtį.

Lyginant Artprice Global indeksą su S&P 500 indeksu, taip pat galima pasakyti, kad meno kūrinių rinkai nebūdingas dinamiškas svyravimas ir staigios korekcijos. Artprice Global indekso sudarytojai pateikė faktus, kad šio indekso svyravimai, lyginant su S&P 500 indeksu, 1997 - 2004 metų laikotarpyje buvo tris kartus mažesni. Taigi, atsižvelgiant į šiuos duomenis, galima tvirtinti, kad meno rinka yra pakankamai inertiška, o investicinę grąžą galima palyginti su investicijų į obligacijas, o ne į akcijas teikiama grąža (t. y. mažesnio pelningumo, bet didesnių garantijų). Asmenys, investuojantys į meno rinką, naudojami analogiškais priemonėmis kaip ir kitų rinkų investuotojai: daugybe įvairių indeksų ir kainų nustatymo metodikų, taip pat investicinio portfelio diversifikavimu, kuris dažnai atliekamas, prižiūrint investicijų į meną konsultantams. Rizikos vertinimo ir draudimo priemonių taikymas yra būtinas, kadangi pasiūla pasaulinėje rinkoje – didžiulė, o investicijų patikimumo laipsnis skiriasi [47].

Vertinant indeksą pagal metinius duomenis, Artprice Global indeksas kito taip – per 2005 metus šis indeksas padidėjo 5,04 proc., per 2006 metus indeksas padidėjo 9,59 proc. Indekso augimo tempai 2006 metais padidėjo beveik dvigubai. 2007 metais meno kūrinių ir vertybių indeksas išaugo dar 15,27 proc. Tačiau kaip ir minėjome, 2008 metais indeksas Artprice Global pradėjo kristi ir per šiuos metus lyginant su 2007 metais, indeksas sumažėjo net 22,42 proc. 2009 metais indekso smukimas tęsėsi toliau. Per 2009 metus šis indeksas sumažėjo 4,73 proc. lyginant su 2008 metais. Taigi, matome, kad dvejus paskutinius metus, t. y. per 2008 ir 2009 metus indekso reikšmės tik mažėjo, tačiau pirmas 2010 metų pusmetis vėl gi nuteikia optimistiškai, kadangi per 2010 metų sausį – birželį Artprice Global indeksas, lyginant su 2009 metais, padidėjo net 18,19 proc., t. y. nuo 68,55 išaugo iki 81,02.

Taigi, per paskutinius keletą metų meno rinka nepatyrė tokių didelių nuostolių, kokius patyrė akcijų rinkos.

Kalbant apie meno rinkos tendencijas Lietuvoje, galima pasakyti, kad investicijų į meną ir jo vertybės pasiūla ir paklausa paskutiniu metu yra stabili. Pasak Vilniaus aukciono vadovės dr. Simonos Makselienės, “šiuo metu yra einama koncentruotumo keliu. Įsivyroja tendencija, kad kaina nėra svarbiausias veiksnys. Ieškoma tam tikrų vardų ar tam tikrų vardų laikotarpių, ir jeigu jie surandami, kaina tampa antraeiliu dalyku”.

2010 m. spalio 23 įvykęs aukcionas buvo skirtas išmanančiai publikai. Visi 90 pateiktų kūrinių vienaip ar kitaip buvo susiję su Lietuva, bet, paradoksalu, daugumos jų autorių pavardės – mažai žinomos tarpukario Lietuvos lenkų grafikų, atėjusių iš Stepono Batoro universiteto aplinkos. Anot S. Makselienės, didžiausia kova aukcione užvirė dėl Isaaco Dobrinsky (1891–1973) mažo portretuko „Vaiko galva“ – jo kaina nuo 600 Lt išaugo iki 1.500 Lt. Šis dailininkas porą metų gyveno Vilniuje, vėliau – Prancūzijoje, kol emigravo į Izraelį [30].

Brangiausiai parduotų kūrinių Vilniaus aukcionuose lentelė pateikiama prieduose (J priedas). Brangiausiai Vilniaus aukcionuose parduotas buvo T. Nieslovskio kūrinys „Natiurmortas su vaisiais“ (K priedas). Šis meno kūrinys buvo parduotas už 39 000 litų ir pelnytai užima pirmąją vietą, kadangi antrą ir trečią vietą brangiausiai parduotų meno kūrinių sąrašė užimantys kūriniai parduoti jau ženkliai pigiau – antrą vietą užimantis R. Jankausko – Kampo kūrinys be pavadinimo (L priedas) buvo parduotas už 17 500 litų, o trečioje vietoje esantis D. Joy kūrinys „Burlaivis prie molo“ (M priedas) už 16 500 litų.

Pasak dailės galerijų asociacijos prezidento D. Juškaus, perkant žymaus Lietuvos dailininko modernizmo klasikos laikotarpiu nutapytą paveikslą, galima tikėtis 15 - 20 proc. ilgalaikės metinės gražos. Ekspertas atkreipia dėmesį, jog tarkim Antano Gudaičio paveikslą 2003 - 2004 metais buvo galima įsigyti už 20 - 30 tūkst. litų, o 2008 metais jis jau kainavo apie 100 tūkst. litų. Tačiau pasak D. Juškaus, nusipirkus paveikslą tikėtis jį parduoti greičiau nei po pusės metų neverta. Šiuo turtu niekas nespekuliuoja „gaudydami trumpalaikes bangas“. Investuotojai laukia kūrinio vertės didėjimo palaipsniui. Augimas paprastai prasideda ne anksčiau kaip po kelerių metų, - teigia D. Juškus.

Taigi, išanalizavus vykusius Lietuvoje profesionalius aukcionus, galima daryti išvadą, kad Lietuvoje formuojasi *antrinė* meno rinka. Tačiau skirtingai nei užsienio investuotojai, Lietuvoje neturime rodiklio, nustatančio meno kūrinio pelningumą. Čia galėtų būti taikomas tam tikras Lietuvoje sukurtas indeksas, tačiau kol kas Lietuvoje per mažai investavimo į dailės kūrinius patirties, kad būtų galima dailės kūrinių kainų pokyčius išreikšti indeksais.

Apibendrinant aptartus indeksus galima pasakyti, kad iš analizuotų investavimo į emocines vertybes indeksų stabiliausias, t. y. mažiausiai besikeičiantis, yra SG 100 indeksas. Per 2005 – 2010 metus labiausiai kito Liv - ex 100 indeksas.

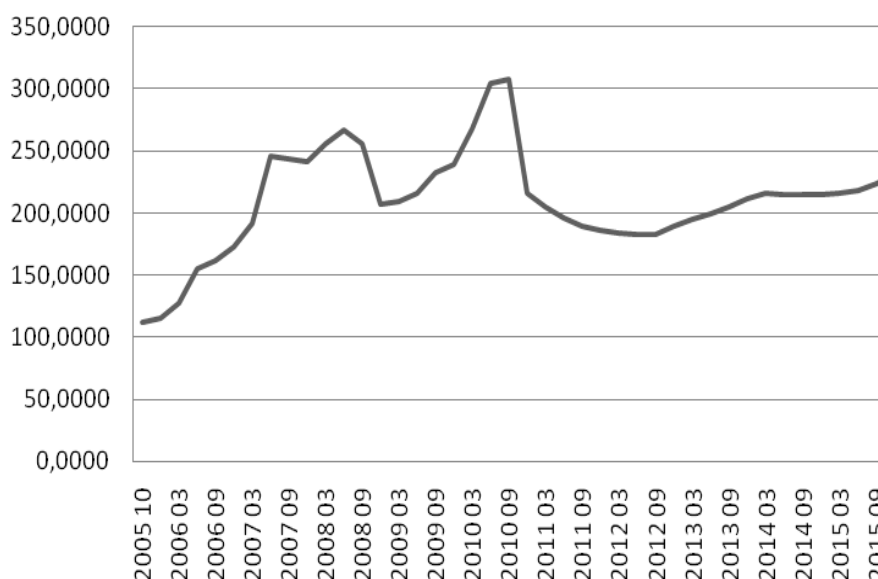
Kitoje darbo dalyje atliksime aptartų indeksų prognozes artimiausiems penkeriems metams.

4.2.3 Investavimo į emocines vertybes indeksų prognozavimas

Šioje darbo dalyje atliksime ankstesnėje darbo dalyje aptartų indeksų prognozes keleriems metams į priekį. Indeksų prognozei atlikti naudosime programinį paketą Statistica [51].

Liv - ex 100 indekso prognozė

Liv – ex 100 indekso prognozės rezultatai pateikiami prieduose (N priedas). Grafinis gautų duomenų vaizdas pateikiamas 12 paveiksle.



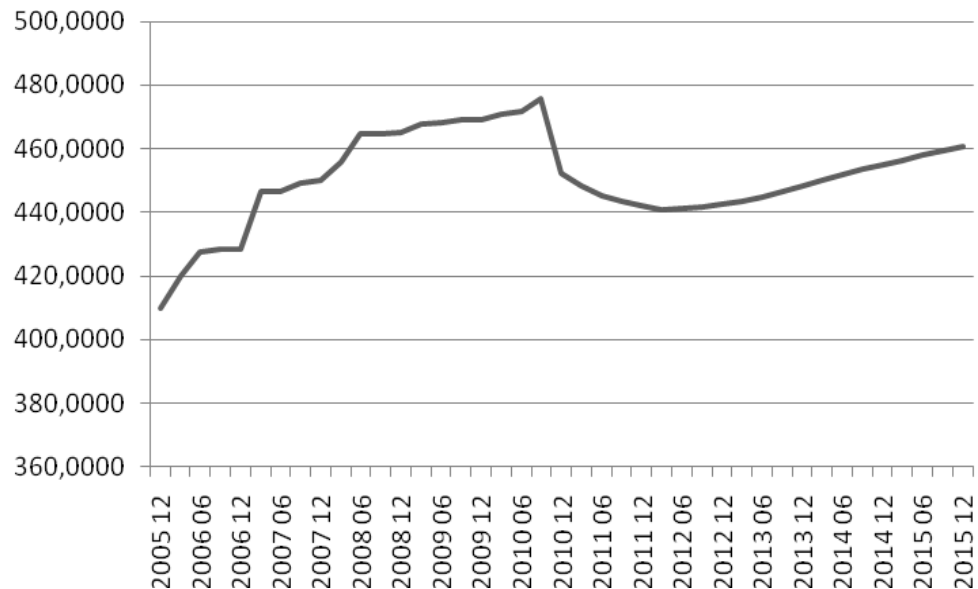
12 pav. Liv - ex 100 indekso prognozė 2011 – 2015 metams

Atlikus Liv - ex 100 indekso prognozę 2011 – 2015 metams, galima pasakyti, kad pagal prognozes 2011 metais šis indeksas turėtų sumažėti 13,78 proc. Tačiau prognozuojama, kad nuo 2012 metais šis indeksas pradės didėti ir per 2012 metus išaugs 1,91 proc. ir atitinkamai per 2013, 2014, 2015 metus - 11,55 proc., 1,51 proc. ir 7,97 proc.

Toliau paprognozuosime, kaip gali kisti SG 100 ir Artprice Global indeksai.

SG 100 indekso prognozė

SG 100 indekso prognozės rezultatai pateikiami prieduose (N priedas). Grafinis gautų duomenų vaizdas pateikiamas 13 paveiksle.

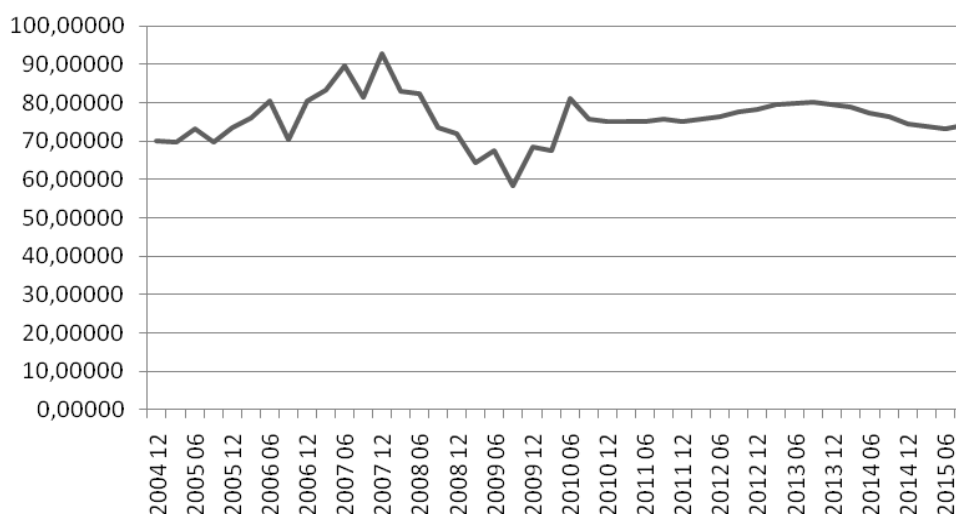


13 pav. SG 100 indekso prognozė 2011 – 2015 metams

Atlikus SG 100 indekso prognozę 2011 – 2015 metams, prognozuojama, jog SG 100 indeksas per ateinančius penkerius metus kis panašiomis tendencijomis kaip ir Liv - ex 100 indeksas, t. y. 2011 metais sumažės, o toliau ketverius metus didės, tik SG 100 indekso kitimo tempai turėtų būti mažesni nei indekso Liv - ex 100. Prognozuojama, jog 2011 metais SG 100 indeksas mažės 2,30 proc., o nuo 2012 metų indeksas pradės didėti ir per 2012 metus padidės 0,11 proc., per 2013 – 1,32 proc., per 2014 – 1,48 proc., per 2015 metus – 1,29 proc.

Artprice Global indekso prognozė

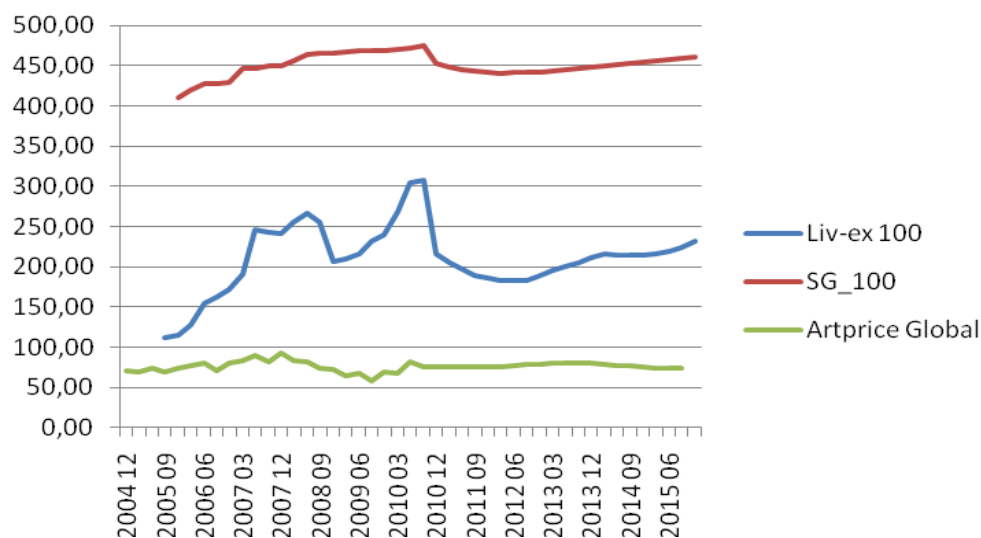
Artprice Global indekso prognozės rezultatai pateikiami prieduose (N priedas). Grafinis gautų duomenų vaizdas pateikiamas 14 paveiksle.



14 pav. Artprice Global indekso prognozė 2011 – 2015 metams

Atlikus Artprice Global indekso prognozė 2011 – 2015 metams, galima pasakyti, jog Artprice Global indeksas per ateinančius kelerius metus pagal prognozės kis nestabiliai, t. y. 2011 metais numatomas indekso mažėjimas 0,08 proc., 2012 metais prognozuojama, kad indeksas didės 3,98 proc. 2013 metais Artprice Global indeksas taip pat turėtų padidėti (1,78 proc.) lyginant su 2012 metais. Tačiau 2014 metais ir 2015 metų pirmus tris ketvirčius prognozuojamas šio indekso kritimas – atitinkamai 6,25 ir 0,63 proc.

Apibendrinant investavimo į emocines vertybes indeksų prognozes, anksčiau atliktų analizių duomenis sukoncentruosime ir pateiksime bendrą visų indeksų vaizdą (15 paveikslas, 4 ir 5 lentelės).



15 pav. Investavimo į emocinį turtą indeksų prognozių palyginimas

Iš 15 paveikslo matome, kad didžiausi pokyčiai per artimiausius penkerius metus laukia Liv - ex 100 indekso. Kaip rodo statistinio paketo *Statistica* pagalba gauti duomenys, Liv - ex 100 indeksas per 2011 – 2015 metus iš visų analizuojamų indeksų turėtų patirti ir didžiausią kilimą, ir didžiausią kritimą. Tai akivaizdžiai matome pažvelgę į 4 ir 5 lenteles.

4 lentelė. Investavimo į emocines vertybes ir S&P 500 indeksų prognozuojamos reikšmės 2011 – 2015 metams

Metai	Prognozuojamos indeksų reikšmės			
	S&P 500	Liv-ex 100	SG 100	Artprice Global
2011	1232,38	185,85	442,05	75,15
2012	1299,04	189,40	442,55	78,13
2013	1329,58	211,28	448,39	79,53
2014	1194,27	214,47	455,02	74,56
2015	1159,26	231,55	460,87	74,09

4 lentelėje pateikiamos indeksų prognozuojamos reikšmės 2011 – 2015 metais. 5 lentelėje pateikiami indeksų prognozuojami pokyčiai 2011 – 2015 metais.

5 lentelė. Investavimo į emocines vertybes ir S&P 500 indeksų prognozuojami pokyčiai 2011 – 2015 metams, procentais

Metai	Indeksų prognozės, proc.			
	S&P 500	Liv-ex 100	SG 100	Artprice Global
2011	1,11	-13,78	-2,30	-0,08
2012	5,41	1,91	0,11	3,98
2013	2,35	11,55	1,32	1,78
2014	-10,18	1,51	1,48	-6,25
2015	-2,93	7,97	1,29	-0,63

Pagal 5 lentelėje pateikiamas prognozes galime išskirti indeksą, kuris, kaip prognozuojama, per ateinančius penkerius metus turėtų būti stabiliausias. Taigi, tikėtina, kad per artimiausius penkerius metus mažiausiai kis SG 100 indeksas, kadangi numatoma, jog per 2011 – 2015 metus didžiausias šio indekso kilimas bus 1,48 proc., o didžiausias kritimas – 2,3 proc.

Apibendrinant populiariausius investavimo į emocines vertybes indeksus, galima pasakyti, kad investavimo į kolekcinis vynus, meno kūrinius, pašto ženklus ir kitas kolekcinis vertybes

rinkoje vyrauja optimistinės prognozės. Įvertinus pastarųjų penkerių metų rezultatus, galima daryti išvadą, kad investavimo į emocinį turtą rinka plečiasi, jos beveik nepaveikė pasaulinė ekonomikos krizė, kolekcinėmis vertybėmis kasmet domimasi vis intensyviau ir jau 2010 metais tarkim meno rinkoje buvo pasiektas ne vienas visų laikų rekordas. Atlikus investavimo į emocinį turtą prognozes, paaiškėjo, kad ir ateityje šių investicijų rinkos turėtų plėstis ir augti.

Apibendrinant darbą galima pasakyti, kad investavimo į emocines vertybes sritis yra gana plati. Nusprendus investuoti į ne standartinę sritį, t. y. į emocinį turtą, galima rinktis iš: investavimo į antikvarinius daiktus, investavimo į kolekcinės vertybes, investavimo į meno kūrinius ir meno vertybes bei investavimo į kitas emocinio turto sritis. Kadangi į emocinį turtą neretai investuojama ne vien dėl finansinės naudos, o ir dėl emocinio pasitenkinimo, sprendimas, į kurią sritį investuoti, dažniausiai priklauso ne vien nuo investuotojo finansinių galimybių, tačiau ir nuo jo pomėgių.

Kaip parodė investuotojų į emocinį turtą apklausos rezultatai, Lietuvoje investavimas į emocinį turtą dar nėra labai populiarus, tačiau užsienyje tai gana populiari investavimo sritis. Užsienio investavimo rinkose šiai investicijų sričiai yra sukurti indeksai, kurie parodo pokyčius emocinio turto investicijų rinkose. Tai leidžia potencialiems ir esamiems investuotojams priimti sprendimus, susijusius su investavimu į emocinį turtą. Lietuvos specialistų nuomone, investavimas į emocinį turtą vangiai, tačiau po truputį tampa vis populiariesnis ir Lietuvoje, tad tikėtina, kad ir Lietuvoje ne už ilgo egzistuos indeksai, įvertinantys netradicines investavimo sritis. Tai leistų ir esamiems, ir potencialiems investuotojams lengviau priimti sprendimus į kokią emocinio turto grupę patikimiausia yra investuoti ir kuri turto grupė yra pelningiausia.

IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

1. Alternatyviasias investicijas, priskiriamas emocinio turto grupei, galima suskirstyti į keturias stambias grupes: antikvariniai daiktai, kolekcinės vertybės, meno kūriniai ir vertybės bei kitos investicijos, kurios negali būti priskirtos pirmoms trimis paminėtoms kategorijoms. Nors tradicinėje investicijų klasifikacijoje investicijos į emocines vertybes kaip atskira investicijų rūšys nėra išskirtos. Kita vertus jos turi nemažai klasifikacijoje nurodytų investicijų rūšių požymių. Apskritai investicijoms į emocines vertybes, kaip investicijų rūšiai, būdingas mažas likvidumas, atidėtos pelno gavimo galimybės, mažos rizikos valdymo galimybės ir emocinis veiksnys, kai daiktą norima įsigyti visų pirma dėl jo estetiškos ir/ ar istorinės - kultūrinės vertės;
2. Investuotojas turėtų atidžiai pasirinkti konkrečią investicijų į emocines vertybes grupę ar netgi smulkesnę jos dalį, pvz., iš kolekcinų vertybių: tikrai monetas ir pašto ženklus. Jis taip pat turėtų nuolat gilinti savo žinias jį dominančioje investavimo/ kolekcionavimo srityje, nuolat sekti šios srities naujienas ir paklauskos pokyčius ir dalyvauti kolekcininkų susitikimuose, nes tik tokiu atveju jis galės nustatyti: ar jo turimi emocinių vertybių objektai vis dar paklausūs ir rasti atitinkamos informacijos apie jį dominančius naujus eksponatus. Prieš įsigydamas naują daiktą, jį investuotojas turi įvertinti pagal vertę kuriančius veiksnys: amžių, kilmę, būklę ir t. t. Esant poreikiui, būtina naudotis nepriklausomų ekspertų paslaugomis. Dažniausiai prie investicijų į emocines vertybes objektų vertę kuriančių veiksnių priskiriami: autentiškumas, būklė, retumas, kilmė/ šaltinis, žinomumas/ populiarumas, reikšmė/ svarbumas, atlikimo technika/ meistriškumas. Tačiau kiekvienai emocinio turto investicijų kategorijai gali būdingas savas veiksnių rinkinys, pvz., deimantų atveju – tai šlifavimas, skaidrumas, spalva, dydis. Todėl investuotojai patariama, kiek įmanoma labiau įsigilinti į dominančią investavimo/ kolekcionavimo sritį, nes šios žinios būtinos, norint suvokti tikrąją daikto vertę. Prie emocinių vertybių objektų privalumų priskiriami: emocinių vertybių objektai laikomi saugia investicija, kai šalies ekonomikoje vyrauja aukšta infliacija; dėl investuotojų žavėjimosi tam tikrais emocinių vertybių objektais ar jų grupe pardavėjas turi galimybę užsidirbti didesnę, nei įprastą, pelną; dauguma investicijų objektų yra likvidūs;
3. Išskiriami šie investavimo į emocines vertybes objektų trūkumai: emocinių vertybių objektai (materialusis turtas) negeneruoja pastovių įplaukų; objekto vertė neretai priklauso nuo rinkos madų, susižavėjimo tam tikrais investicijų objektais stiprumo ar kitų subjektyvių veiksnių; dažnai nepakanka esminės informacijos, remiantis kuria būtų įmanoma tiksliai nustatyti objekto vertę; gali būti itin sudėtinga patvirtinti emocinių

vertybių objekto autentiškumą; kai emocinių vertybių objektai parduodami tradicinių aukcionų metu (*Sotheby/ Christie*), potencialių pirkėjų varžymasis dėl konkretaus objekto gali dirbtinai padidinti kainas ir investuotojas gali sumokėti gerokai didesnę kainą, negu planavo; meno kūrinių ir vertybių atvejų egzistuoja didelė vagystės tikimybė. Dėl to investuotojas gali patirti nemenkų draudimo ir fizinės apsaugos nuo vagystės išlaidų;

4. Prieš įsigydamas konkretų emocinių vertybių objektą, investuotojas turėtų apmąstyti tiek emocinės gražos/ estetiško pasitenkinimo motyvus, tiek galimą finansinę naudą ateityje. Emocinę gražą/ estetinį pasitenkinimą sąlygos menine prasme patrauklių daiktų turėjimas namuose (pvz., antikvarinių baldų, paveikslų, šaunamųjų ginklų), tad investuotojas turės apmąstyti: ar įsigijami daiktai derės prie jau esamų namuose. Investicijų į emocines vertybes atveju galimybės užsidirbti yra atidėtos, tad investuotojas turi apsispręsti, ar jis pasirengęs laukti nuo kelerių iki keliolikos metų, tikėdamasis, kad objekto vertė pakils ir jį bus galima pelningai parduoti ateityje;
5. Atlikus Lietuvos investuotojų į emocines vertybes apklausą, galima pasakyti, kad dėl mažos tyrimo imties tyrimo rezultatai gali būti laikomi tikrai pagrindu kitiems platesnio pobūdžio tyrimams, bet ne šaltiniu vienareikšmėms išvadoms padaryti. Tyrimo dalyvių kolekcionuojamų daiktų tematika itin plati: nuo alaus bokalų iki senovinės technikos. Didžioji dalis respondentų juos dominančios srities objektus kolekcionuoja daugiau nei 10 metų. Priežastis, dėl kurių respondentai pradėjo kolekcionuoti, galima suskirstyti į kelias stambias grupes: pradinė kolekcija buvo sukurta artimų giminių (tėvų, dėdžių) ir vėliau perduota dabartiniam kolekcininkui; kolekcionuoti pradėta atsitiktinai, kai keli dabartinės kolekcijos eksponatai buvo laimėti loterijose, gauti reklaminių akcijų metu, juos parvežė draugai ir pan.; kolekcionuoti buvo išmokta nuo vaikystės; kolekcionuoti paskatino domėjimasis tam tikra sritimi. Dauguma respondentų nurodė, kad šiuo metu kolekcionavimas jiems – tik hobis. Beveik visi respondentai (9 ir 10) domisi, kas vyksta juos dominančioje kolekcionavimo srityje tiek Lietuvoje, tiek pasaulyje. Tyrimo dalyviai žinioms gilinti juos dominančioje kolekcionavimo srityje naudoja šias priemones: specializuoti tinklalapiai ir forumai, specializuota ir periodinė literatūra, kolekcininkų susitikimai/ suvažiavimai, seminarai ir parodos. Didžioji dalis respondentų (9 iš 10) aktyviai bendrauja su juos dominančios srities kolekcininkais. Įprastai bendraujama per elektronines ryšio palaikymo priemones (el. paštas, forumai, pokalbiai per *Skype*) ir susitikimų metu. Nė vienas iš tyrimo dalyvių nebandė savo kolekcijos įvertinti pasitelkdamas nepriklausomų ekspertų paslaugas. Priklausomai nuo kolekcionavimo srities naujus kolekcijos eksponatus tyrimo dalyviai renkasi naudodami skirtingus kriterijus. Didžiausia tyrimų dalyvių į vieną eksponatą investuota suma ženkliai svyruoja

- priklausomai nuo kolekcionavimo srities. Vienareikšmių atsakymų į tyrimo klausimą „Kiek laiko per mėnesį skirate kolekcionavimo klausimams (informacijos rinkimui, naujų sekimui, kolekcijos priežiūrai ir pan.)“ gauti nepavyko;
6. Atlikus investavimo į emocines vertybes indeksų analizę, galima pasakyti, kad dažniausiai naudojami yra šie emocines vertybes įvertinantys indeksai: kolekcinų vertybių grupėje – vyno indeksai Liv – ex 100 ir WAM Fine Wine Fund indeksai, pašto ženklų indeksai SG 100, GB 30 Rarities, British Commonwealth 30 Errors & Rarities Index, autografų indeksas Frazer's Rarities indeksas ir senovinių automobilių indeksas – HAGI Top. Meno kūrinių ir vertybių grupėje populiariausi yra šie indeksai: Mei Moses Fine Art, Artprice Global, Times - Sotheby Art, A short - run capital asset, General Fine Art, Gabruius Art, Zurich Art Antiques indeksai ir kiti. Kalbant apie Lietuvos investicijų rinką, reikėtų paminėti, kad Lietuvoje indeksų, apibūdinančių emocinių vertybių investicijas, nėra sukurta. Apžvelgus investavimo į emocines vertybes tendencijas, galima pasakyti, kad antroji pagal dydį emocinio investavimo kategorija yra juvelyriniai papuošalai, brangieji akmenys ir laikrodžiai. Apžvelgus investavimo į vyną rinkas, reikėtų pažymėti, kad apie 91 proc. vynu investicijų tenka raudoniems Bordo vynams, likusi dalis – balti Bordo vynai (apie 1 proc.), Burgundijos vynai (apie 3,5 proc.), Šampanės (apie 3 proc.) ir kitų šalių (Italijos, Australijos ir t. t.) vynai. Investavimo į vyną duomenys apibendrinami pasitelkus Liv - ex 100 indeksą, vyno rinkoje laikomą etalonu. Atlikus Liv - ex 100 indekso 2005 – 2010 metų analizę galima pasakyti, kad Liv - ex 100 indeksas kinta nestabiliai – per 2006 metus indeksas pakilo 48,6 proc. 2007 m. Liv - ex 100 indeksas pakilo 37,3 proc. 2008 metų vidury prasidėjo indekso kritimas, kuris tęsėsi iki 2008 metų pabaigos. 2008 metais, šis indeksas sumažėjo 14,37 proc. 2009 metų sausio mėnesį indeksas Liv - ex 100 pradėjo augti ir per 2009 metus išaugo 15,74 proc. Per dešimt 2010 metų mėnesių šis indeksas lyginant su 2009 metais išaugo 31,87 proc. ir pasiekė aukščiausią tašką per 2005 – 2010 metus.
7. Investavimo į pašto ženklus tendencijas geriausiai atspindi SG 100 indeksas. Išanalizavus šio indekso 2005 – 2010 metų pokyčius, galima pasakyti, kad investavimo į pašto ženklus rinkoje tendencijos yra labai teigiamos, kadangi per visą analizuotą penkerių metų laikotarpį SG 100 indeksas didėjo. SG 100 kito taip – per 2006 metus šis indeksas pakilo 5,19 proc. 2007 m. pašto ženklų rinkos augimo tempai buvo panašūs kaip ir 2006 metais ir SG 100 indeksas tais metais padidėjo 4,41 proc. 2008 metais, lyginant su 2007 metais, SG 100 indeksas padidėjo 3,38 proc. 2009 metais indeksas padidėjo 0,79 proc. Nuo indekso atsiradimo, t. y. nuo 2000 metų iki 2010 metų indeksas išaugo 90%. Tai leidžia daryti

prielaidą, kad kasmet investavimo į pašto ženklus rinka plečiasi, didėja susidomėjimas šia investavimo sritimi.

8. Apžvelgus investicijų į meną ir jo vertybes rinkas, galima pasakyti, kad 2009 metais pagal meno aukcionų apyvartas didžiąją dalį visų aukcionų apyvartų sudarė JAV meno rinkos. Meno rinkos pokyčius geriausiai atspindi Mei Moses Fine Art ir Artprice Global indeksai. Atlikus Artprice Global indekso 2005 – 2010 metų analizę, galime pasakyti, kad meno kūrinių rinkai nebūdingas dinamiškas svyravimas ir staigios korekcijos. Per 2005 metus šis indeksas padidėjo 5,04 proc., per 2006 metus indeksas padidėjo 9,59 proc. 2007 metais meno kūrinių ir vertybių indeksas išaugo dar 15,27 proc. Tačiau 2008 metais indeksas pradėjo kristi ir per šiuos metus lyginant su 2007 metais, indeksas sumažėjo net 22,42 proc. 2009 metais indekso smukimas tęsėsi toliau - per 2009 metus šis indeksas sumažėjo 4,73 proc. Taigi, 2008 ir 2009 metais indeksas mažėjo, tačiau pirmas 2010 metų pusmetis nuteikia optimistiškai, kadangi per 2010 metų sausį – birželį Artprice Global indeksas padidėjo 18,19 proc. Išanalizavus Lietuvos meno rinką, galima pasakyti, kad pagal Lietuvoje vykusius profesionalius aukcionus, galima daryti išvadą, jog čia formuojasi *antrinė* meno rinka. Tačiau skirtingai nei užsienio investicijų rinkose, Lietuvoje rodiklio, nustatančio meno kūrinių pelningumą, neturime. Iš aptartų investavimo į emocines vertybes indeksų stabiliausias yra investavimo į pašto ženklus indeksas SG 100. Per 2005 – 2010 metus labiausiai kito investavimo į vynus indeksas Liv - ex 100.
9. Atlikus Liv – ex 100, SG 100 ir Artprice Global indeksų prognozavimą, galima daryti išvadą, kad 2011 – 2015 metais labiausiai kils Liv – ex 100 indeksas. Stabiliausiu turėtų išlikti SG 100 indeksas. Atlikus Liv – ex 100 indekso prognozes, galima pasakyti, jog 2011 metais šis indeksas turėtų mažėti 13,78 proc. 2012 metais laukiamas Liv – ex 100 augimas 1,91 proc. Per 2013, 2014, 2015 metus prognozuojama, kad šis indeksas padidės atitinkamai 11,55 proc., 1,51 proc. ir 7,97 proc. Atlikus SG 100 indekso prognozes, numatoma, kad šis indeksas keisis taip - 2011 metais sumažės 2,30 proc., o 2012 – 2015 metais didės - 2012 metais 0,11 proc., 2013 metais 1,32 proc., 2014 metais – 1,48 proc., 2015 metais – 1,29 proc. Atlikus Artprice Global indekso prognozes, galima daryti tokią išvadą - Artprice Global indeksas 2011 – 2015 metais kils nestabiliai, t. y. 2011 metais numatomas indekso mažėjimas 0,08 proc., 2012 – 2013 metais prognozuojamas indekso didėjimas atitinkamai 3,98 proc. ir 1,78 proc. Tačiau 2014 metais ir 2015 metų pirmus tris ketvirčius prognozuojamas šio indekso kritimas atitinkamai 6,25 ir 0,63 proc.
10. Apibendrinant populiariausius investavimo į emocines vertybes indeksus, galima pasakyti, kad investavimo į kolekcinis vynus, meno kūrinius, pašto ženklus ir kitas kolekcinės vertybes rinkoje vyrauja optimistinės prognozės. Įvertinus pastarųjų penkerių metų

rezultatus, galima daryti išvadą, kad investavimo į emocinį turtą rinka plečiasi, jos beveik nepaveikė pasaulinė ekonomikos krizė, kolekcinėmis vertybėmis kasmet domimasi vis intensyviau ir jau 2010 metais pavyzdžiui meno rinkoje buvo pasiektas ne vienas visų laikų rekordas. Atlikus investavimo į emocinį turtą prognozes, paaiškėjo, kad ateityje alternatyviųjų investicijų rinkos turėtų ir toliau plėstis ir augti. Šiek tiek abejojama dėl investavimo į meno kūrinius ir vertybes, kadangi atlikta Artprice Global indekso prognozė parodė, jog šis indeksas 2014 – 2015 metais kris. Tačiau didelis investavimo į emocines vertybes pliusas yra tas, kad investicijos į emocines vertybes ne taip jautriai reaguoja į ekonominius nuosmukius, kaip kad į juos reaguoja tradicinės investavimo sritys, tad galima daryti išvadą, kad investavimas į emocines vertybes yra ganėtinai patikimas ir turi dvejopą reikšmę investuotojui – šios investicijos tuo pačiu metu ir uždirba pinigus, ir suteikia emocinį pasitenkinimą.

11. Apsisprendus investuoti į emocinį turtą, pirmiausia siūlyčiau pas atitinkamus specialistus įvertinti planuojamos įsigyti emocinės vertybės vertę ir būklę – reikėtų sužinoti tikrąją pirkinio vertę, ar investavimo priemonė nėra falsifikuota ir pan. Taip pat reikėtų apsvarstyti investicinės priemonės sandėliavimo ypatybes – būtina įvertinti, ar turėsite galimybę įsigytą emocinę vertybę laikyti tinkamomis sąlygomis, t.y. ar turėsite pakankamai vietos, ar galėsite palaikyti reikalingą oro temperatūrą, ar galėsite pasirūpinti emocinės vertybės saugumu ir t. t. Na, ir galiausiai reikėtų įvertinti atitinkamų indeksų kelerių paskutinių metų dinamikas (jei egzistuoja tos grupės indeksas), kas turėtų padėti priimti sprendimą, ar verta investuoti į pasirinktą emocinio turto grupę.
12. Remiantis gautais investicijų į emocines vertybes indeksų analizės rezultatais, kaip patikimiausią ir pelningiausią emocinio turto investiciją galėčiau išskirti investavimą į vynus. Nors indeksų analizės rezultatai parodė, kad pašto ženklų indeksas kasmet didėja, o vyno indeksas per paskutinius penkerius metus patyrė ir kritimą, tačiau kaip sėkmingiausią investiciją siūlau vyną, kadangi vyno indeksas auga didesniais tempais nei pašto ženklų indeksas. Kaip patraukliausia investicija vyną taip pat galima išskirti atlikus ateinančių penkerių metų investavimo į emocines vertybes indeksų prognozes - nors 2012 metas prognozuojamas Liv – ex 100 indekso kritimas, tačiau kitus ketverius metus šis indeksas turėtų tik didėti. Tą patį galima pasakyti ir apie pašto ženklų indeksą SG100, tačiau, kaip minėjome, pastarasis indeksas didėja lėtesniais tempais, nei vyno indeksas, todėl investicija į vyną yra patrauklesnė. Galiausiai, investavus į vyną, net ir patyrus nesėkmę, emocinį turtą (šiuo atveju vyną) galima suvartoti.

LITERATŪRA

1. *About Live-ex* [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-15]. Prieiga per internetą: http://www.live-ex.com/pages/static_page.jsp?pageId=40
2. ACKMAN D. *America's Most Valuable Studs* [interaktyvus] [žiūrėta 2010-01-20]. Prieiga per internetą: http://www.forbes.com/2005/05/05/cx_da_0505studmoney1.html;
3. ANDREWS M. *Investments You Can Live With*. Money, Jan/Feb2010, Vol. 39; p.178-183 [interaktyvus] [žiūrėta 2010-01-22]. Prieiga per internetą: <http://web.ebscohost.com/bsi/detail?vid=1&hid=122&sid=6cc18dde-e4f8-4553-820e-ca19c66e0233%40sessionmgr113&bdata=JnNpdGU9YnNpLWxpdmU%3d#db=bth&AN=47194623>
4. *Antikvariniai baldai visuomet madingi*. Savaitė, 2007-09-15 [interaktyvus] [žiūrėta 2010-01-10]. Prieiga per internetą: http://www.alfa.lt/straipsnis/150371/?Antikvariniai_daiktai.visuomet.madingi=2007-09-15_01-02;
5. *Antikvariniai daiktai – amžinos vertybės*. Iš praeities, 74 - 77 p. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-01]. Prieiga per internetą: <http://www.amzinosvertybes.lt/spauda/Naujas%20namas%2007.11.pdf>
6. *Artnet Fine Art indekso tinklalapis*. [interaktyvus] [žiūrėta: 2010-11-15]. Prieiga per internetą: <http://www.artnet.com/>;
7. *Art as an Asset*, 2008-03-03. [interaktyvus] [žiūrėta: 2010-11-15] Prieiga per internetą: <http://artpark.typepad.com/artblog/2008/03/art-as-an-asset.html>;
8. *Artprice Global indekso internetinis tinklalapis*. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-01]. Prieiga per internetą: <http://www.artprice.com/>
9. BAGDANAČIŪTĖ V. *Lūkesčiai sugrižo į sveiko proto ribas*, 2010-10-26. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-15] Prieiga per internetą: http://www.bmi.lt/documents/Marius_Ciuzelis_Versus_2010_rugsejis.pdf
10. BERESNEVIČIENĖ R. Kokybiškų deimantų kainos tik kyla. *Investuok*. 2008, balandis, Nr. (n.d.), p. 34 - 35;
11. *Breeding Capital. Portfolio of Assets* [interaktyvus] [žiūrėta 2010-01-22]. Prieiga per internetą: http://www.breedingcapital.com/portfolio_of_assets/ ;
12. CAMPOS N. BARBOSE R.L. *Paintings and Numbers: An Econometric Investigation of Sales Rates, Prices and Returns in Latin American Art Auctions*. The Institute for the Study of Labor: Discussion Paper Series Nr. 3445, April 2008 . [interaktyvus] [žiūrėta: 2010-05-30]. Prieiga per internetą: <http://ftp.iza.org/dp3445.pdf>;
13. CIRTAUTAS E. Investicijos, kurias blogiausiai atveju galima išgerti. *Investuok*. Nr. (10), 2008 m. liepa - rugpjūtis, p. 42 - 45;

14. CREE R. *Cash in on collectibles*. Director, Nov 2009, Vol. 63; p. 66-67 [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-15]. Prieiga per internetą: <http://web.ebscohost.com/bsi/pdf?vid=10&hid=112&sid=36961334-dafe-4fa3-bd35-f3f6e0f6e53e%40sessionmgr104>;
15. ČIUŽELIS M. *Alternatyvios investicijos*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2009-12-22]. Prieiga per internetą: http://www.finansai.lt/component/option,com_docman/task,doc_download/gid,156/;
16. DAVID J.A. *Pointers in Choosing an Antique Clock* [interaktyvus] [žiūrėta 2010-01-10]. Prieiga per internetą: <http://www.bigbusinesslive.info/pdf/family/pointers-in-choosing-an-antique-clock.pdf>;
17. DIMSON E., SPAENJERS CH. *Ex Post: The Investment Performance of Collectible Stamps*, Journal of Financial Economics (JFE), Forthcoming [interaktyvus] [žiūrėta 2010-05-26]. Prieiga per internetą: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1444341;
18. DZIKARAS G. *Alternatyvi investicija: Ar Lietuvoje galima investuoti į vynus?* [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-01]. Prieiga per internetą: <http://www.pinigukarta.lt/naujienos-nuomones/investicijos-naujienos/alternatyvi-investicija-ar-lietuvoje-imanoma-investuoti-i-vynus>;
19. GERULAITĖ E. *Antikvariniai daiktai kokybės pinklėse* [interaktyvus] [žiūrėta 2009-12-22]. Prieiga per internetą: <http://www.15min.lt/naujiena/miestas/vilnius/antikvariniai-daiktai-kokybes-pinklese-nuotrauku-galerija-41-5486>;
20. GINEVIČIUS R., et al. *Eksporto ir investicijų plėtra Lietuvoje*: monografija. Vilnius: VGTU leidykla „Technika“, 2005. 364 p.;
21. HATTIGH J.J. *Portfolio Management: The Use of Alternative Investments for the Purpose of diversification* [interaktyvus] [žiūrėta 2009-12-23]. Prieiga per internetą: <http://ujdigispace.uj.ac.za:8080/dspace/bitstream/10210/259/1/JJHattinghMasters.pdf>;
22. *How to Invest in Art*. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-01]. Prieiga per internetą: http://www.ehow.com/how_2100019_invest-art.html;
23. *International Equine Acquisitions Holdings. About Us* [interaktyvus] [žiūrėta 2010-01-22]. Prieiga per internetą: http://ieah.com/cgi-bin/about_us.cgi;
24. *Investicijos į „skystąją valiutą“ - vyna, 2009-05-20*. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-01]. Prieiga per internetą: http://www.alfa.lt/straipsnis/10273751/?Investicijos.i.skystaja.Valiuta..vyna=2009-05-20_16-44;
25. *Investicijos į vyną*, A-ZET, 2010-10-15 [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-09] Prieiga per internetą: http://www.alfa.lt/straipsnis/10416303/?Investicijos.i.vyna=2010-10-15_17-41;
26. *Investing in Toys a Risky Business* [interaktyvus] [žiūrėta 2010-01-25]. Prieiga per internetą: <http://www.accept.co.uk/Lifestyle/collectables.htm> ;

27. *Investment Indices*. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-17]. Prieiga per internetą: <http://www.stanleygibbons.com/investments/investment-indices.aspx>;
28. JIANPING M., MOSES M. *2009 Year end art market insights based on the Mei Moses art Indexes*, 2009-12-23. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-01]. Prieiga per internetą: <http://www.artasanasset.com/main/>
29. JUŠKUS D. *Vienas iš trijų kiaušinių*, Versus, 2007-01-10. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-15] Prieiga per internetą: <http://versusteritorija.eversus.lt/naujienos/290>;
30. *Kas pasakys, kad karalius nuogas?* Verslo žinios, 206/2010. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-17] Prieiga per internetą: <http://verslozinios.lt/index.php?act=mprasa&sub=article&id=27393&mode=html&z=50>;
31. KANOPKAITĖ R. *Dailė – ilgaamžė, bet įnoringa prekė*. Kauno diena, 2008-01-11. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-17] Prieiga per internetą: <http://kauno.diena.lt/dienrastis/priedai/menas/daile-mdash-ilgaamze-bet-inoringa-preke-54210>;
32. LAURINAVIČIENĖ B. *Investicijos į meną saugios, tačiau su likvidumo problema*. Verslo žinios, 2010-11-06 [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-09] Prieiga per internetą: http://vz.lt/rss/straipsnis/2010/11/06/Investicijos_i_mena_saugios_taciau_su_likvidumo_proble;
33. *Lietuvos Respublikos autorių teisių ir gretutinių teisių įstatymas*. 1999 m. gegužės 18 d. Nr.VIII-1185, Vilnius [interaktyvus] [žiūrėta 2010-10-25]. Prieiga per internetą: http://www3.lrs.lt/pls/inter2/dokpaieska.showdoc_l?p_id=207199;
34. *Lietuvos Respublikos kilnojamųjų kultūros vertybių apsaugos įstatymas*. 1996 m. sausio 23 d. Nr.I-1179, Vilnius [interaktyvus] [žiūrėta 2010-01-08]. Prieiga per internetą: http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=24349 ;
35. MAČIULAITYTĖ O. *Apdraustos lietuvių brangenybės*, 2010-10-13. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-01] Prieiga per internetą: <http://www.ekonomika.lt/naujiena/apdraustos-lietuviu-brangenybes-847.html?page=2>;
36. MAKSELIENĖ S. *Investavimas į meną: ar jau laikas?* Verslo žinios, Nr. 121, 2007-06-29, p. 20. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-10-26] Prieiga per internetą: <http://vznotes.vz.lt/Newspaper/RA99.nsf/articles/C12567CC0037EEC1C22572FE0027FE76?OpenDocument>;
37. MANEKER M. *Mei Moses Mid Year Report*, 2010-07-15. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-01] Prieiga per internetą: <http://www.artmarketmonitor.com/2010/07/15/mei-moses-mid-year-report/>;
38. *Market trends in 2009*. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-17] Prieiga per internetą: http://imgpublic.artprice.com/pdf/trends2009_en.pdf;

39. *Mei Moses Fine Art indekso tinklalapis*. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-01-08] Prieiga per internetą: <http://www.artasanasset.com/main/>;
40. MIKALAJŪNAS V. 5000 monetų išperkama per keletą dienų. *Investuok*. 2008 rugsėjis, p. 42 - 45;
41. MIKALAJŪNAS V. Ar sulauksime senovinių automobilių kainų burbulo? *Investuok*., 2008 gegužė, p. 35 - 37;
42. MIKALAJŪNAS V. Kaip užsidirbti iš naminių gyvūnų? *Investuok*. 2009 vasaris, Nr. 02 (16), p. 39 - 43;
43. MIKALAJŪNAS V. Meno kūriniai – netikėta išeitis išgašdintiems recesijos. *Investuok*. 2008 spalio, 44 - 46;
44. *New auction records in 2010*, 2010-11-02. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-17] Prieiga per internetą: <http://web.artprice.com/AMI/AMI.aspx?id=NzUyMDU1NjQ2NDgyNTk=>;
45. PALMERI C. The Artful Investor, BusinessWeek, Issue 4025; p. 94-95. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-01] Prieiga per internetą: <http://web.ebscohost.com/bsi/detail?vid=1&hid=122&sid=c2f3ff88-d494-4211-be81-48b8d7387e41%40sessionmgr111&bdata=JnNpdGU9YnNpLWxpdmU%3d#db=bth &AN=24240662#db=bth&AN=24240662>;
46. PIKE D.E. *Steiff bears* [interaktyvus]. [žiūrėta 2010-01-25]. Prieiga per internetą: <http://www.oceanpinesforum.com/site/features/feature.aspx?Forum=OceanPines&ArticleCode=2904&V=False&SearchTerm=&curpage=2904> ;
47. RAŠKINIS D., ZIGMANTIENĖ S. Meno kūrinių, kaip potencialios investicinio portfelio diversifikavimo priemonės, vertinimas. *Taikomoji ekonomika: Sisteminiai tyrimai*: 2008.2/2; p. 115 - 134;
48. REECE L. *Antiques & collectibles* [interaktyvus]. [žiūrėta 2010-01-09]. Prieiga per internetą: <http://www.ca.uky.edu/agc/pubs/fcs4/fcs4306/fcs4306.pdf>;
49. REMEIKA A. *Pirkti meną – investavimas*. Klaipėda 2007-04-24 [interaktyvus] [žiūrėta 2010-10-26] Prieiga per internetą: http://www.info.lt/index.php?page=naujienos&view=naujiena_arch&id=100940;
50. RENNEBOOG L., SPAENJERS CH. *Buying Beauty: On Prices and Returns in the Art Market* , 2010-07-06 [interaktyvus] [žiūrėta 2010-10-18] Prieiga per internetą: <http://ssrn.com/abstract=1352363>;
51. SAKALAUSKAS V. *Duomenų analizė su STATISTICA*. Vilnius: Margi raštai, 2003. 326 p.;
52. SEB banko tinklalapis. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-17] Prieiga per internetą: http://www.seb.lt/pow/wcp/seblt.asp?ss=/pow/wcp/templates/sebarticle.cfmc.asp%3FDUID%3DDUID_0AFC7B4AD129F53AC125716900431CAC%26xsl%3Dlt/sebarticle.xsl%26sitekey%3Dseb.lt;

53. SIREIKIENĖ A. *Žirgininkystė – rizikingas verslas*. Ūkininko patarėjas. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-17] Prieiga per internetą: <http://www.lrytas.lt/-12265098431226059632-%C5%BEirgininkyst%C4%97-rizikingas-verslas.htm>;
54. Standart&Poor's indekso tinklalapis. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-01-25] Prieiga per internetą: <http://www.standardandpoors.com/home/en/us>;
55. *Standart&Poor's Index Calculation*. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-01] Prieiga per internetą: <http://www.cftech.com/BrainBank/FINANCE/SandPIndexCalc.html>;
56. TEMPLE P. *Superhobby Investing: Making From Antiques, Coins, Stamps, Wine, Woodland And Other Alternative Assets*. Great Britain: Harriman House Publishing, 2004. 314 p.;
57. *Times – Sothebys Art indekso tinklalapis*. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-01] Prieiga per internetą: www.artlab.lt/?pID=naujiena&nID=5;
58. *Užsidirbk su malonumu*. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-11-17] Prieiga per internetą: <http://www.spekuliantai.lt/akciju-birza/naujienos/aktualijos/straipsnis/699/uzsidirbkit-su-malonumu>;
59. VAITELIS E. Ilgalaikei investicijai – sena knyga. *Investuok*. Nr. 8 (22), 2009 m. rugsėjis, p. 41 - 42;
60. VALANČIUS K.L. *Investicijų teisė: užsienio investicijų teisinio reguliavimo raida Lietuvos Respublikoje (1990- 2004)*. Vilnius: Eugrimas, 2005. 631 p.;
61. VAN PATTEN D. *Guide to Doll Materials* [interaktyvus] [žiūrėta 2010-01-23]. Prieiga per internetą: <http://collectdolls.about.com/od/dollsbymaterial/tp/Dolls-By-Materials.htm> ;
62. VELD CH., VELD-MERKOULOVA Y. *Portfolio Diversification Benefits of Investing in Stamps*. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-05-25]. Prieiga per internetą: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=968343;
63. VIRVILAITĖ R., JEFIMOV V. *Konkurencinio pranašumo įgijimas vidaus ir globalioje rinkoje. Skyrius „Rinkų tyrimai“* [interaktyvus] [žiūrėta 2010-05-25]. Prieiga per internetą: http://distance.ktu.lt/kursai/verslumas/rinkos_aplinkos_tyrimai_I/116583.html;
64. WHITE S. *Rare books value*. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-01-25]. Prieiga per internetą: http://antiques.lovetoknow.com/Rare_Book_Values ;
65. WOLIVER R. *8 Tips for Investing in Cars*. [interaktyvus] [žiūrėta 2009-12-23]. Prieiga per internetą: <http://www.bankrate.com/finance/auto/8-tips-for-investing-in-cars.aspx>;
66. WOLIVER R. *Investing in Cars*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2009-12-23]. Prieiga per internetą: <http://www.bankrate.com/finance/auto/investing-in-cars.aspx>;
67. WOLIVER R. *Investing in Racehorses* [interaktyvus] [žiūrėta 2010-01-25]. Prieiga per internetą: <http://www.bankrate.com/brm/news/investing/20010606a.asp> ;

68. WORTHINGTON A., HIGGS H. *Art as an investment: Risk, return and portfolio diversification in major painting markets*. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-05-30]. Prieiga per internetą: http://eprints.qut.edu.au/2323/1/2320_2.pdf;
69. WRIGHT P. *Zurich Investment & Savings Handbook*. Great Britain: Financial Times/ Pearson Education Limited, 2005. 463 p.;
70. XIAO X., ZHOU Y. *Does Psychological Return Matter? Evidence from China Stamp Market* [interaktyvus] [žiūrėta 2010-05-25]. Prieiga per internetą: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1391945;
71. ZALECKAS G. Vietoj akcijų – žirgai? *Investuok*. Nr. 7 (21), 2009 liepa - rugpjūtis, p. 40 - 43;
72. ZAVISTANOVIČ V. *Antikvariniai baldai modernioje aplinkoje*. Geri namai 2006-06-16. [interaktyvus] [žiūrėta 2010-10-25]. Prieiga per internetą: http://gyvenimas.delfi.lt/naujos_formos/article.php?id=988644

PRIEDAI

A priedas

Investicijų į antikvarinius daiktus ypatumai

A.1 lentelė. Investicijų į antikvarinius daiktus ypatumų apibendrinimas [sudaryta pagal 5, 16, 19, 21, 48]

Investicijų į antikvarinius daiktus priemonės	Investavimo į antikvarinius daiktus priemonių klasifikacija	Privalumai	Trūkumai
Baldai	Valgomieji ir rašomieji stalai, darbo kabinetai, kėdės, spintos ir spintelės, skrynios, komodos, lovų rėmai ir t. t.	Baldų priežiūros išlaidos yra santykiškai nedidelės, baldai palyginti lengvai transportuojami, baldus galima naudoti pagal jų paskirtį ir vėliau šeimoje perduoti iš kartos į kartą, gaunamas estetiškas pasitenkinimas	Santykiškai didelė vagystės tikimybė, papildomos išlaidos draudimui (jei reikia), papildomos išlaidos restauracijai (jei reikia).
Karo atmintini daiktai	Senoviniai kardai, senovinės uniformos, medalionai ir medaliai, šaudymo iš lanko priemonės: lankai ir strėlės, kirviai naudoti mūšyje, skydai.	Santykiškai stabilus paklausos lygis ir nesudėtingas transportavimas bei priežiūra, daiktai puikiai tinka eksponavimui	Išlaidos draudimui ir fizinei apsaugai, potencialus pavojus žmonių sveikatai ir/ ar gyvybei.
Šaunamieji ginklai	Rankiniai ginklai su dagtinėmis ir ratinėmis spynomis ir kt.	Nesudėtingas transportavimas, daiktai puikiai tinka eksponavimui	Išlaidos draudimui ir fizinei apsaugai, potencialus pavojus žmonių sveikatai ir/ ar gyvybei.
Laikrodžiai	Visų tipų laikrodžiai: sieniniai, staliniai, rankiniai, kišeniniai ir kt., o taip pat chronometrai ir barometrai.	Lengvai transportuojami ir saugomi, didelė ir stabili paklausa, pirkėjų ratas itin platus, pasižymi santykiškai dideliu likvidumu, lyginant su kitomis emocinio turto investicijų kategorijomis.	Didelė vagystės tikimybė, išlaidos draudimui ir apsaugai, santykiškai didelės išlaidos restauravimui, jei laikrodis neveikia.
Keramikos gaminiai	Dirbiniai iš molio, dirbiniai iš porceliano, įskaitant kaulinį (peršviečiamą) porcelianą.	Atlieka interjero puošybos funkciją, dažniausiai nereikalauja ypatingų laikymo sąlygų	Itin didelė tikimybė nusipirkti klastotę ar konkretaus dirbinio atveju negalėjimas įrodyti ar įtikinti dirbinio autentiškumu
Stiklo gaminiai	Dirbiniai iš grynojo (buitinio) stiklo, krištolo, <i>potash</i> stiklo: grafinai, stiklinės, dubenėliai ir prespapjė	Atlieka interjero puošybos funkciją, dažniausiai nereikalauja ypatingų laikymo sąlygų	Palyginti didelės klastojimo tikimybės, stiklo dirbinio trapumas
Knygos ir rankraščiai	Knygos, rankraščiai	Gerokai saugesnis investavimo būdas nei meno kūrinių kolekcionavimas, savininkų istorija labai kruopščiai kontroliuojama aukcionuose, tad maža falsifikavimo tikimybė	Didelė sugadinimo dėl intensyvaus naudojimo ar netinkamo saugojimo tikimybė
Sidabro ir kitų metalų dirbiniai	Ašočiai, padėklai, vazos ir kt.	Kainos pastaruoju metu tik kyla, todėl šie dirbiniai laikomi santykiškai saugia investicija, teisingas pasirinkimas norint apsaugoti savo turtą.	Į tokį turtą verta investuoti ne daugiau kaip 5 proc. visų bendrų investicijų, kadangi kainos gali būti nenusipėjamos ilgą laiką
Muzikos instrumentai ir muzikinių kūrinių rankraščiai	Pianinai (fortepijonai, rojaliai), smuikai, muzikinių kūrinių rankraščiai ir kt.	Priežiūros išlaidos yra santykiškai nedidelės, galima naudoti pagal jų paskirtį	Išlaidos draudimui (jei reikia), papildomos išlaidos restauracijai (jei reikia).

B priedas

Investicijų į kolekcinis daiktus ypatumai

B.1 lentelė. Investicijų į kolekcinis daiktus ypatumų apibendrinimas [sudaryta pagal 14, 21, 24]

Investicijų į kolekcinis daiktus priemonės	Priemonių klasifikacija	Privalumai	Trūkumai
Vynas	Įvairių rūšių vynas	Investuotojui suteikia galimybę sudaryti asmeninį investicijų portfelį, vynas yra patrauklus tarptautinės prekybos objektas ir jo „perleidimas“ kitiems pirkėjams yra sąlyginai lengvas; didžiojoje dalyje šalių egzistuoja mokesčių lengvatos, susijusios su investavimu į vynus; jeigu vyną parduoti tampa nepelninga, jį galima suvartoti.	Reikalingos specialios laikymo sąlygos, tam tikros išlaidos gali sumažinti tikėtiną pelną, vyno rinka didžiąja dalimi nėra reguliuojama, todėl gali pasitaikyti piktnaudžiavimo atvejų
Pašto ženklai	Specialieji ir atmintini pašto ženklai	Neribotas pelnas, nemokamas kasmetinis įvertinimas, lengva saugoti, transportuoti ir keisti pašto ženklais	Ne visi pašto ženklai yra patrauklūs investavimui tarptautiniu mastu: kai kurie jų vertinami tikrai konkrečios šalies, kur jie buvo atspausdinti, teritorijoje
Monetos	Numizmatines ir investicinės monetos	Lyginant su kitomis investicijomis į emocinį turtą grupėmis laikoma viena patikimiausių ir viena aukščiausių likvidumo rodiklių turinčių investicinių priemonių, investuotojai jas gali rinktis kaip alternatyvą aukso luitams	Didelė vagystės tikimybė, galima klastotės tikimybė
Žaislai	Gyvūnai, kareivėliai, automobilių modeliai, lėlės, robotai ir kt.	Sąlyginai saugi investicija	Sąlyginai didelis investicijų atsipirkimo laikotarpis (30 metų ar daugiau), didelė tikimybė nusipirkti klastotę, finansinė nauda iš žaislo įsigijimo yra tik antrinis veiksnys, įtakojantis sprendimą pirkti
Sporto atmintini daiktai	Žaidimų/ rungtynių laimėtojų taurės ir medaliai, originalūs komandų marškinėliai, žaidimų kamuoliai, šalmai, kriketo/ beisbolo lazdos, sportbačiai, nuotraukos, renginių programos, teminiai kalendoriai, beisbolo/ krepšinio kortelės su sportininkų atvaizdais, komandų atributika ir kt.	Daiktai laikomi patraukliai ir paklausia pasaulyje investicija, lengvai transportuojamai ir saugojami, jų perleidimas iš vieno pirkėjo kitam yra nesudėtingas. Šios investicijos laikomis likvidžiomis.	Neretai jų vertę sukuria mada ar laikina gerbėjų manija, investuoti į vietines reikšmes komandų sporto atmintinius daiktus nerekomenduojama, nes tokios investicijos retai atsiperka ir yra nelikvidžios, reprodukcijų ir klastočių tikimybė

B.1 lentelės tęsinys kitame puslapyje

B.1 lentelės tęsinys

Investavimo į kolekcinis daiktus priemonės	Priemonių klasifikacija	Privalumai	Trūkumai
Brangakmeniai	Deimantai, rubinai, smaragdai, safyrai ir opalai	Investavimas į brangakmenius gali būti atsiperkantis tiek ekonominiu, tiek emociniu požiūriu, kaip investavimo priemonė brangakmeniai, yra pripažinti pasauliniu mastu, tad jų pirkimo ir pardavimo rinkos yra tarptautinės, lengvai transportuojami	Saugojimas ir transportavimas gali pareikalauti papildomų išlaidų (draudimas, apsauga ir pan.)
Senoviniai automobiliai	Automobiliai, motociklai ir kt.	Vertė dažniausiai su metais tik kyla, tarkim Vvkarietišku senovinių automobilių vertė kasmet vidutiškai kyla 10-15 proc	Įsigijimo kaina sudaro tik apie 20-30 proc. lėšų, kurios išleidžiamos jį restauruojant, papildomai kainuoja automobilio draudimas ir išlaikymas (garažo nuoma ir t. t.)
Autografai	Aktorių, muzikantų, profesionalių sportininkų, valstybės vadovų ir kt. autografai	Lengvai transportuojami, jų saugojimo sąlygos nesudėtingos ir gali būti gana likvidūs	Trūkumų nenustatyta
Azijos regiono kilimėliai	Kilimėliai	Priežiūros išlaidos yra santykiškai nedidelės, galima naudoti pagal jų paskirtį	Pastaruoju metu dėl pasiūlos pertekliaus susidomėjimas šia investicine priemone mažėja

C priedas

Investicijų į kitas emocines vertybes ypatumai

C.1 lentelė. Investicijų į kitas emocines vertybes ypatumų apibendrinimas *[sudaryta pagal 42, 53]*

Kitos investavimo į emocines vertybes priemonės	Priemonių klasifikacija	Privalumai	Trūkumai
Žirgai	Žirgai	Galimas didelis ir stabilus pelnas, galima užsidirbti ne tik iš skirtumo tarp pirkimo ir pardavimo kainos, bet ir iš dalyvavimo lenktynėse, o taip pat veisimo teisių	Tai yra gyva investicija, kuri reikalauja nemažai lėšų: žirgus reikia reguliariai treniruoti, prižiūrėti, gydyti, nemažai kainuoja žirgyno ir jame dirbančio personalo išlaikymas, investicijos į lenktyninius žirgus laikomos labai rizikingomis
Naminiai gyvūnai (šunys)	Įvairių veislių šunys	Galimas didelis ir stabilus pelnas	Pelno galima tikėtis tik iš šuniukų vados ir veisimo teisių, gyvūnų, kurių paklausa didelė, kainos yra aukštos, veisimui reikia turėti daug specifinių žinių

D priedas

Lietuvos kolekcininkų apklausos klausimynas

Gerb. Respondente,

Vilniaus Gedimino Technikos Universiteto studentė baigiamajam darbui atlieka žvalgybinį tyrimą, kuriuo tikslas yra surinkti informaciją autorei rūpimais klausimais ir vėliau darbe pateikti apibendrinančio pobūdžio išvadas.

Visų tyrimo respondentų atsakymai bus apibendrinti ir naudojami tik tai Vilniaus Gedimino Technikos Universiteto studentės baigiamajame darbe. Apklausą yra anoniminė.

Atsakydami į atvirusius klausimus (be atsakymų variantų), pateikite, prašau, išplėstą atsakymą, kurį sudarytu keli/ keliolika sakinių.

Atsakydami į uždaruosius klausimus (su atsakymų variantais) pažymėkite labiausiai Jums tinkantį atsakymo variantą. Jei tarp siūlomų atsakymo variantų nerandate labiausiai Jums tinkančio atsakymo, dalyje „Kita“ įrašykite savo atsakymo variantą. Klausimų su atsakymo variantais atsakymą žymėkite X.

Žymėjimo pavyzdys:

☒ X

Dėkoju už nuoširdžius atsakymus ir sugaištą laiką.

1. Apibūdinkite savo kolekciją. Ką kolekcionuojate? Kiek vienetų sudaro kolekciją?
(savo atsakymą įrašykite čia)
2. Kiek laiko (mėnesių/ metų) kolekcionuojate?
(savo atsakymą įrašykite čia)
3. Kaip pradėjote kolekcionuoti (pvz., pradinę kolekciją Jums perdavė tėvai/ draugai ir Jūs ją išplėtėte, visada domėjotės tam tikra sritimi, pvz., pašto ženklais/ monetomis ir pan.)?
(savo atsakymą įrašykite čia)
4. Dėl kokių priežasčių kolekcionuojate, t. y. kas skatina Jus kolekcionuoti (pvz., žavėjimasis tam tikra sritimi/ objektais, nostalgīgiški prisiminimai ir pan.)?
(savo atsakymą įrašykite čia)
5. Kas Jums yra kolekcionavimas? Labiau hobis ar tam tikras investavimo būdas, kai tikėtės, jog daikto vertė pakils per tam tikrą laiką?
(savo atsakymą įrašykite čia)
6. Ar sekate pasaulio ir Lietuvos paklausos tendencijas Jus dominančioje kolekcionavimo srityje? Jei taip, kokias „sekimo“ priemones naudojate (pvz., skaitote specializuotus leidinius/ tinklalapius, sekate aukcionų (Sotheby/ Christie ir pan.) naujienas, dalyvaujate Jūsų srities kolekcininkų susitikimuose ir t. t.)?
(savo atsakymą įrašykite čia)
7. Ar gilinate savo žinias apie Jus dominančią kolekcionavimo sritį? Jei taip, kokias priemones naudojate (pvz., skaitote specializuotą literatūrą/ periodinius leidinius, dalyvaujate seminaruose/ parodose ir pan.)?
(savo atsakymą įrašykite čia)
8. Ar bendraujate su kitais Jus dominančios srities kolekcininkais? Jei taip, tai kaip „palaikote ryšį“ (pvz., rengiami susitikimai, bendraujate telefonu, el.paštu ir t. t.)? Koks šių susitikimų tikslas, pvz., „pasišmonėti“, apsikeisti naujienomis, pasidalinti patirtimi, apsikeisti daiktais (kai vienas kolekcininkas pasikeičia su kitu kolekcionuojamais daiktais)?
(savo atsakymą įrašykite čia)
9. Ar bandėte įvertinti savo kolekciją, pasitelkę nepriklausomus ekspertus? Ar žinote kiek verta Jūsų kolekcija?
(savo atsakymą įrašykite čia)

D priedo tęsinys kitame puslapyje

D priedo pabaiga

10. Kaip/ remiantis kokiais kriterijais pasirenkate naują kolekcijos „papildymą“? Kaip dažnai papildote savo kolekciją?

(savo atsakymą įrašykite čia)

11. Kiek daugiausia esate investavę į vieną kolekcijos objektą?

(savo atsakymą įrašykite čia)

12. Kiek laiko per mėnesį skirate kolekcionavimo klausimams (informacijos rinkimui, naujų sekimui, kolekcijos priežiūrai ir pan.)

(savo atsakymą įrašykite čia)

13. Jūsų lytis

- | | |
|--------------------------|---------|
| ☐ | Vyras |
| ☐ | Moteris |

14. Jūsų amžius

- | | |
|--------------------------|------------------|
| ☐ | Iki 18 m. |
| ☐ | 18 – 24 m. |
| ☐ | 25 – 34 m. |
| ☐ | 35 – 44 m. |
| ☐ | 45 – 54 m. |
| ☐ | 55-64 m. |
| ☐ | 65 m. ir daugiau |

15. Jūsų išsilavinimas

- | | |
|--------------------------|------------------------|
| ☐ | Pradinė mokykla |
| ☐ | Vidurinė mokykla |
| ☐ | Profesinė mokykla |
| ☐ | Technikos mokykla |
| ☐ | Aukštesnioji mokykla |
| ☐ | Aukštoji mokykla |
| ☐ | Kita (įrašykite) _____ |

16. Jūsų užsiėmimas

- | | |
|--------------------------|----------------------------|
| ☐ | Vadovas, įmonės savininkas |
| ☐ | Tarnautojas |
| ☐ | Specialistas |
| ☐ | Darbininkas |
| ☐ | Ūkininkas |
| ☐ | Pensininkas |
| ☐ | Bedarbis |
| ☐ | Namų šeimininkė |
| ☐ | Moksleivis, studentas |
| ☐ | Kita (įrašykite) _____ |

Nuoširdžiai dėkoju už atsakymus!

E priedas

Kolekcininkų apklausos tyrimo rezultatai

Tyrimo imtis

Tyrimo imtį sudaro 10 respondentų. Iš jų 8 vyrai ir 2 moterys. 5 tyrimo respondentai priklauso 25 - 34 metų amžiaus grupei, 2 respondentai – 35 - 44 m. amžiaus grupei, 2 respondentai – 55 - 64 m. amžiaus grupei ir 1 vienas respondentas – 18 - 24 m. amžiaus grupei. Didžioji dalis respondentų (8) yra baigę aukštąją mokyklą, 1 respondentas yra baigęs aukštesniąją mokyklą, 1 – technikos mokyklą. Tyrime dalyvavo 3 vadovai/ įmonės savininkai, 5 specialistai, 1 tarnautojas ir 1 darbininkas.

Respondentų socialinių - demografinių charakteristikų suvestinė yra pateikiama 4 lentelėje.

E.1 lentelė. Tyrimo imties apibūdinimas

Respondento eilės nr.	Lytis	Amžiaus intervalas	Išsilavinimas	Pareigos
1.	Vyras	25 – 34 m.	Aukštoji mokykla	Vadovas, įmonės savininkas
2.	Moteris	25 – 34 m.	Aukštoji mokykla	Specialistas
3.	Vyras	35 – 44 m.	Aukštoji mokykla	Vadovas, įmonės savininkas
4.	Vyras	18 – 24 m.	Aukštoji mokykla	Vadovas, įmonės savininkas
5.	Vyras	25 – 34 m.	Aukštoji mokykla	Tarnautojas
6.	Vyras	25 – 34 m.	Aukštoji mokykla	Specialistas
7.	Vyras	35 – 44 m.	Aukštoji mokykla	Specialistas
8.	Moteris	25 – 34 m.	Aukštoji mokykla	Specialistas
9.	Vyras	55 - 64 m.	Technikos mokykla	Darbininkas
10.	Vyras	55 - 64 m.	Aukštesnioji mokykla	Specialistas

Tyrimo rezultatai

Tyrimo respondentų kolekcionuojami objektai gali būti suskirstyti į 5 sritis:

1. Lietuvos bokalai, taurės ir skardinės (3 respondentai);
2. Pašto ženklai (2 respondentai);
3. Krepšininkų autografai ir atributika (marškinėliai, gairėlės ir pan.) (1 respondentas);

E priedo tęsinys

4. 1:72 mastelio lėktuvų stendiniai modeliai (1 respondentas);
5. Senoviniai automobiliai ir motociklai (3 respondentai).

Kaip matome, kolekcionavimo tematika itin plati.

Kalbant apie *kolekcionavimo trukmę*, verta paminėti, kad dauguma respondentų (7) juos dominančios srities eksponatus kolekcionuoja daugiau nei 10 metų. Mažiausiais kolekcionavimo laikotarpis – 2 metai, didžiausias – 38 metai.

Priežastis, dėl kurių respondentai pradėjo kolekcionuoti, galima suskirstyti į kelias stambias grupes:

- ✓ Pradinė kolekcija buvo sukurta artimų giminių (tėvų, dėdžių) ir vėliau perduota dabartiniam kolekcininkui (2 respondentai, kolekcionuojantys pašto ženklus, ir 1 respondentas, renkantis senovinę techniką);
- ✓ Kolekcionuoti pradėta atsitiktinai, kai keli dabartinės kolekcijos eksponatai buvo laimėti loterijose, gauti reklaminių akcijų metu, juos parvežė draugai ir pan. (3 respondentai, kolekcionuojantys alaus atributiką);
- ✓ Kolekcionuoti buvo „išmokta“ nuo vaikystės (1 respondentas, kolekcionuojantis krepšininkų autografus ir atributiką (Jo anketos atsakymas: *„Kolekcionuoti pradėjau būdamas 5 metų, kai pirmą kartą nuėjau pažiūrėti krepšinio varžybų į Kauno sporto halę. Tuomet pirmą kartą paėmiau autografą iš žinomo krepšininko – Dariaus Lukmino. Nuo tada ir prasidėjo aistra krepšiniui ir kolekcionavimui“*⁴), 1 respondentas, renkantis lėktuvų modelius (Jo anketos atsakymas: *„Užsidegiau aviacija, kai man buvo 12 m, o iš vaikystės tie modeliai atrodė labai kažkuo įdomūs, „stebuklingi“ plus prisidėjo aplinkinių žmonių pasakojimai iš aviatorių gyvenimo, karo laikų lakūnų prisiminimai“*⁵);
- ✓ Kolekcionuoti paskatino domėjimasis tam tikra sritimi (2 respondentai, kolekcionuojantys senovinę techniką).

Kai respondentų buvo paprašyta atsakyti į klausimą: *„Kas Jums yra kolekcionavimas? Labiau hobis ar tam tikras investavimo būdas, kai tikitės, jog daikto vertė pakils per tam tikrą laiką?“* didžioji dalis respondentų atsakė, kad šiuo metu jiems tai hobis (9 respondentai), 1 respondentas atsakė, kad alaus skardinių kolekcionavimas tapo savotišku „versliuku“. Taip pat norėtusi pažymėti, kad dalis respondentų savo atsakymuose paminėjo, kad nors šiuo metu kolekcionavimas – tai hobis, jie tikisi kolekcijos vertės padidėjimo ateityje ir neatmeta galimybės

E priedo tęsinys kitame puslapyje

⁴ Kalba netaisyta

⁵ Kalba netaisyta

E priedo tęsinys

turėti iš jos pardavimo finansinės naudos (4 respondentai). Kita dalis respondentų savo atsakymuose buvo griežtesnė. Jie nurodė, kad kolekcionavimas jiems – tai hobis, aistra, pomėgis, bet ne investicija ir savo kolekcijos jie parduoti neplanuoja (5 respondentai).

Didžioji dalis respondentų *domisi*, kas vyksta juos dominančioje kolekcionavimo srityje tiek Lietuvoje, tiek pasaulyje (9 respondentai). Populiariausia naujienų ir pokyčių stebėjimo priemonė – internetas. Beveik pusė apklausų respondentų dalyvauja bendraminčių/ kolekcininkų susitikimuose.

Tyrimo respondentai *žinoms gilinti* juos dominančioje kolekcionavimo srityje naudoja šias priemones⁶: specializuoti tinklalapiai ir forumai (4 respondentai), specializuota ir periodinė literatūra (4 respondentai), kolekcininkų susitikimai/ suvažiavimai (2 respondentai), seminarai ir parodos (1 respondentas). 2 respondentai nurodė, kad žinioms gilinti jie laiko neskiria.

Didžioji dalis respondentų *aktyviai bendrauja* su juos dominančios srities kolekcininkais (9 respondentai). 1 respondentas nurodė, kad su savo srities kolekcininkais jis nebendrauja. Populiariausios „ryšio palaikymo“ priemonės elektroninės (el. paštas, forumai, pokalbiai per *Skype*) ir susitikimai (9 respondentai). Susitikimų metu kolekcininkai įprastai apsikeičia naujienomis, nusiperka, parduoda arba apsikeičia turimais eksponatais, pasidalina patirtimi/ turima informacija arba tiesiog gerai praleidžia laiką su bendraminčiais. Pokalbiai telefonu, kaip bendravimo priemone, tarp kolekcininkų nėra populiarūs – juos atskirai paminėjos tik 2 respondentai.

Nė vienas tyrimo respondentas *nebandė* savo kolekcijos *įvertinti* pasitelkiant nepriklausomų ekspertų paslaugas. 2 respondentai nurodė, kad žino apytikslę turimos kolekcijos vertę. 3 respondentai atskirai paminėjo, kad kolekcijos įvertinimą planuoja atlikti artimiausioje ateityje.

Priklausomai nuo kolekcionavimo srities naujus kolekcijos eksponatus tyrimo dalyviai renkasi naudodami skirtingus *kriterijus*. Respondentams, kolekcionuojantiems Lietuvos alaus bokalus, taures ir skardines, yra aktualu, kad tai būtų Lietuvos alaus daryklos bokalas ar taurė su logotipu, taip pat šiuo atveju jiems svarbus įdomumo/ estetinio patrauklumo kriterijus. Neretai kolekciją papildyti jiems padeda draugai. Respondentai, kolekcionuojantys pašto ženklus, nurodė, kad jiems svarbus pašto ženklo amžius (išleidimo metai), retumas, pašto ženklų serijos reiškiningumas arba tiesiog eksponato įdomumas. Respondentas, renkantis krepšinio atributiką, griežtų kriterijų neturi – tiesiog renkasi, kas jam yra įdomu, patrauklu. Jis stengiasi įsigyti vis naujesnių marškinėlių/ krepšinio atributikos, nes, jo teigimu, „su kiekvienu nauju sezonu ateina ir

E priedo tęsinys kitame puslapyje

⁶ Kai kurie respondentai nurodė tris ir daugiau priemonių.

E priedo pabaiga

kažkas naujo“. Respondentas, kolekcionuojantis lėktuvų modelius, juos renkasi pagal tematiką.

Labiausiai jį domina pasauliniuose karuose ir Lietuvos kariniuose konfliktuose naudotų orlaivių modeliai, taip pat kai kurie žymesni šiuolaikiniai orlaiviai. Respondentai, kolekcionuojantys senovinius automobilius, išskyrė šiuos naujų eksponatų pasirinkimo kriterijus: būklė, amžius ir kaina. Savo kolekcijas jie įprastai papildo kas kelerius metus.

Didžiausia tyrimų dalyvių į vieną eksponatą investuota pinigų suma ženkliai svyruoja priklausomai nuo kolekcionavimo srities: Lietuvos bokalai, taurės ir skardinės – 50 litų, pašto ženklai – 50 litų, krepšininkų autografai ir atributika (marškinėliai, gairėlės ir pan.) – 450 Lt; 1:72 mastelio lėktuvų stendiniai modeliai – apie 400 Lt; senoviniai automobiliai ir motociklai – apie 20 000 Lt.

Į klausimą „*Kiek laiko per mėnesį skiriate kolekcionavimo klausimams (informacijos rinkimui, naujienų sekimui, kolekcijos priežiūrai ir pan.)*“ vienareikšmių atsakymų gauti nepavyko. Vieni respondentai nurodė, kad skiria tiek laiko, kiek reikia, kiti – kad skiria visą laisvalaikį, treči – kad šiuo metu laiko skiria nedaug.

Tyrimo rezultatai rodo, kad galimas ryšys tarp kolekcionavimo srities ir motyvų, kurie paskatino dabartinius kolekcininkus pasirinkti konkrečią kolekcionavimo sritį. Taip kolekcionuoti pašto ženklus buvo „išmokta“ iš giminių, o alaus atributikos kolekcionavimas prasidėjo atsitiktinai. Šioms išvadoms patvirtinti būtų reikalinga didesnė tyrimo imtis.

Tyrimo respondentų *pagrindinis kolekcionavimo motyvas* – žavėjimasis juos dominančia kolekcionavimo sritimi. Kai kurie respondentai papildomai išskyrė galimybę bendrauti su bendraminčiais, norą tęsti tėvų pradėtą kolekciją ir galimą finansinę naudą iš kolekcijos pardavimo ateityje.

Svarbu paminėti, kad dėl mažos tyrimo imties tyrimas gali būti laikomas tikrai žvalgomojo tyrimu.

F priedas

S&P 500 indekso apibūdinimas

Indeksas S&P 500 yra Amerikos akcijų rinkos indeksas. Šis indeksas pradėtas skaičiuoti 1923 metais. Tuo metu jis buvo apskaičiuojamas atsižvelgiant į 223 įmonių akcijų kainas, tačiau jau 1957 metais įmonių skaičius pasipildė iki 500 [1].

Šis indeksas apskaičiuojamas atsižvelgiant į 500 JAV įmonių akcijų kainas. Į sąrašą atrenkamos tos įmonės, kurios geriausiai atitinka atstovaujamo sektoriaus rinkos dydį, likvidumą ir augimo tempus.

Įmonės parenkamos pagal dydį, ekonomikos sektorių, likvidumą ir kitus parametrus kad kuo tiksliau atspindėtų Amerikos rinką. Šis indeksas reprezentuoja beveik 70 proc. Amerikos akcijų rinkos. Bendrovių, įeinančių į šį indeksą, kapitalizacija svyruoja nuo 73 milijonų iki 75 milijardų JAV dolerių [1].

Įmonių, pagal kurias skaičiuojamas S&P 500 indeksas 500 – tuką sudaro:

- ✓ 400 pramonės įmonių,
- ✓ 20 transporto kompanijų,
- ✓ 40 komunalinių paslaugų sektorių,
- ✓ 40 finansų sektoriaus įmonių [1].

S&P 500 bazinis laikotarpis yra 1941-1943 metai. Šio bazinio laikotarpio metu bendra visų akcijų vertė indekse prilyginama vertei lygiai 10 [55].

S&P 500 indeksas apskaičiuojamas kiekvieną dieną, visų 500 įtakingiausių JAV įmonių bendrąją vertę dalinant iš to laikotarpio bazinio skaičiaus (statistinio skaičiaus, susidedančio iš tam tikro laikotarpio akcijų kainų ir kiekio pokyčių). Bendra 500 įmonių rinkos vertė yra nustatoma dauginant šių įmonių atsargų kainą iš bendrų akcijų skaičiaus [52, 55].

F.1 lentelė. Didžiausią įtaką indekso S&P 500 reikšmei darančių įmonių dešimtukas [52]

Įmonė	Sektorius	Indekso vertė
Exxon Mobil Corp	Energetika	3,55
General Electric Co	Gamyba	2,94
Citigroup Inc	Finansai	1,89
At&T Inc	Telekomunikacijų paslaugos	1,89
Microsoft Corp	Informacinės technologijos	1,86
Bank Of America Corp	Finansai	1,62
Procter & Gamble Co	Kasdieninio vartojimo prekės ir paslaugos	1,44
Chevron Corp	Energetika	1,37
American International Group	Finansai	1,35
Pfizer Inc	Sveikatos priežiūra	1,34

G priedas

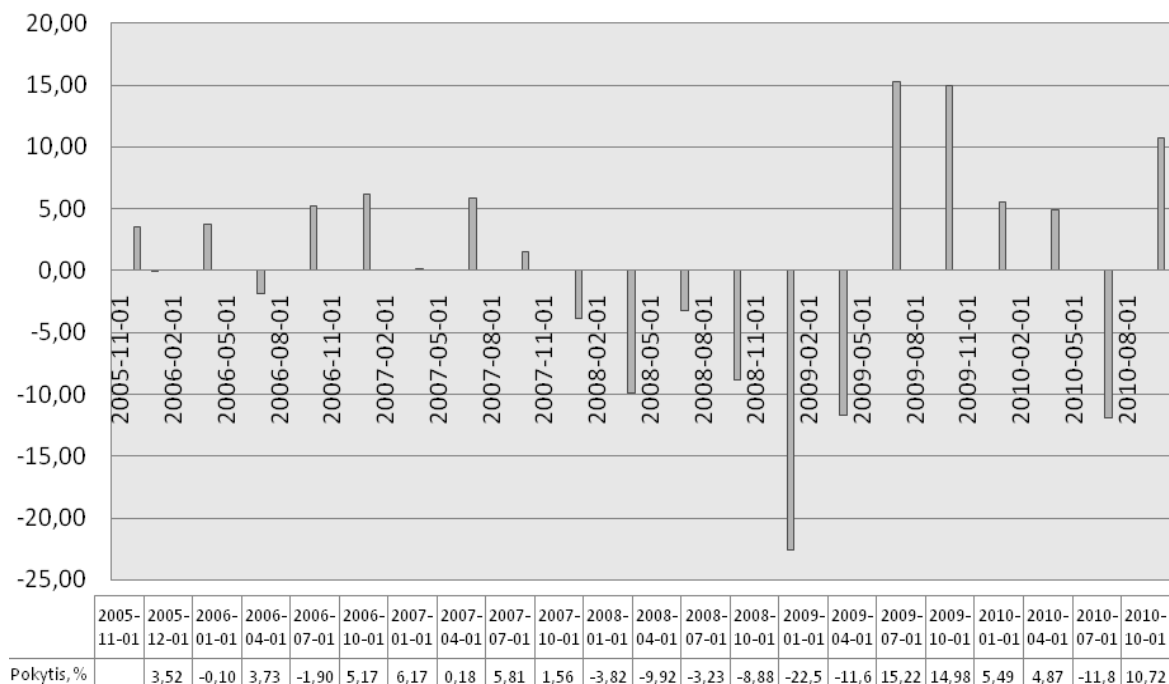
S&P 500 ir investavimo į emocines vertybes indeksų reikšmės 2005 – 2010 metais

G. 1 lentelė. S&P 500 ir investavimo į emocines vertybes indeksų reikšmės 2005 – 2010 metais *[sudaryta autorės pagal 1, 8, 27, 54]*

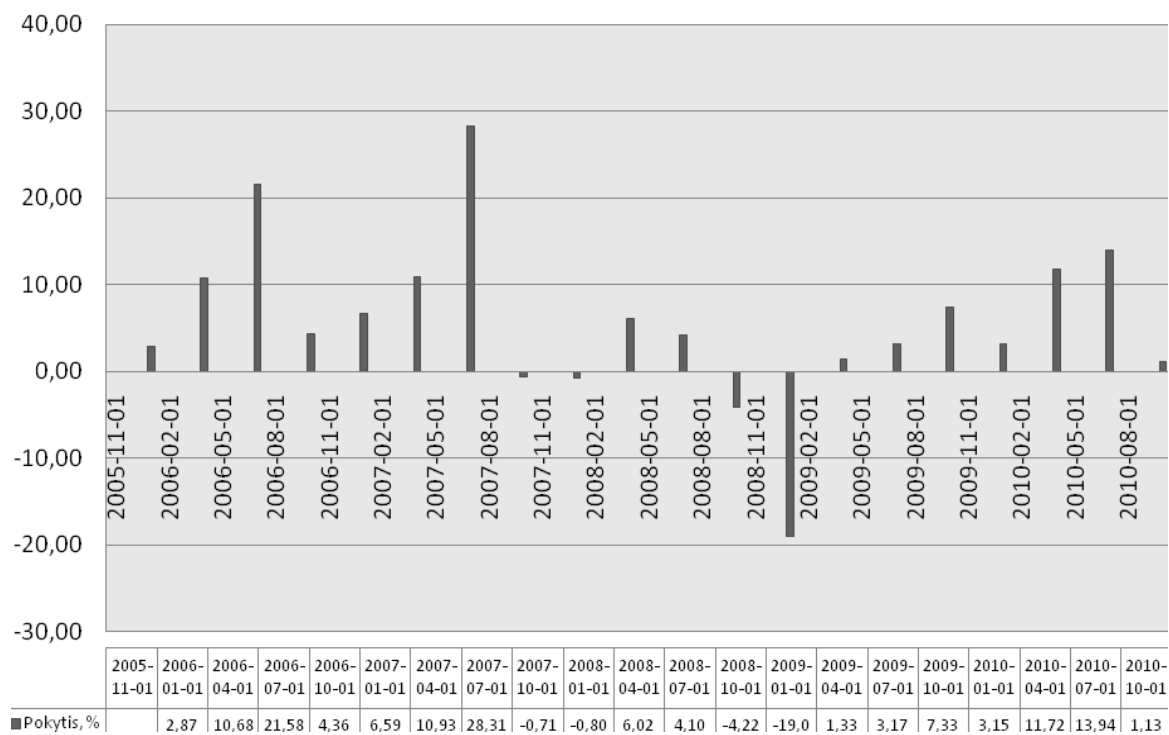
Metai	S&P 500	Liv-ex 100	SG 100	Artprice Global
2005 10	1207,01	111,88	-	69,69
2005 12	1248,29	115,09	409,76	73,42
2006 03	1294,83	127,38	419,96	76,13
2006 06	1270,20	154,87	427,67	80,57
2006 09	1335,85	161,63	428,28	70,35
2006 12	1418,30	172,27	428,53	80,46
2007 03	1420,86	191,11	446,43	83,28
2007 06	1503,35	245,21	446,43	89,73
2007 09	1526,75	243,47	449,39	81,45
2007 12	1468,36	241,52	450,01	92,74
2008 03	1322,70	256,07	456,04	83,05
2008 06	1280,00	266,57	464,62	82,35
2008 09	1166,36	255,33	464,76	73,63
2008 12	903,25	206,81	465,09	71,95
2009 03	797,87	209,57	467,65	64,32
2009 06	919,32	216,21	468,35	67,64
2009 09	1057,08	232,06	468,88	58,38
2009 12	1115,10	239,36	468,88	68,55
2010 03	1169,43	267,40	470,79	67,58
2010 06	1030,71	304,67	471,68	81,02
2010 09	1141,20	308,12	475,67	-

H priedas

S&P 500 ir investavimo į emocines vertybes indeksų kitimo tempai, procentais



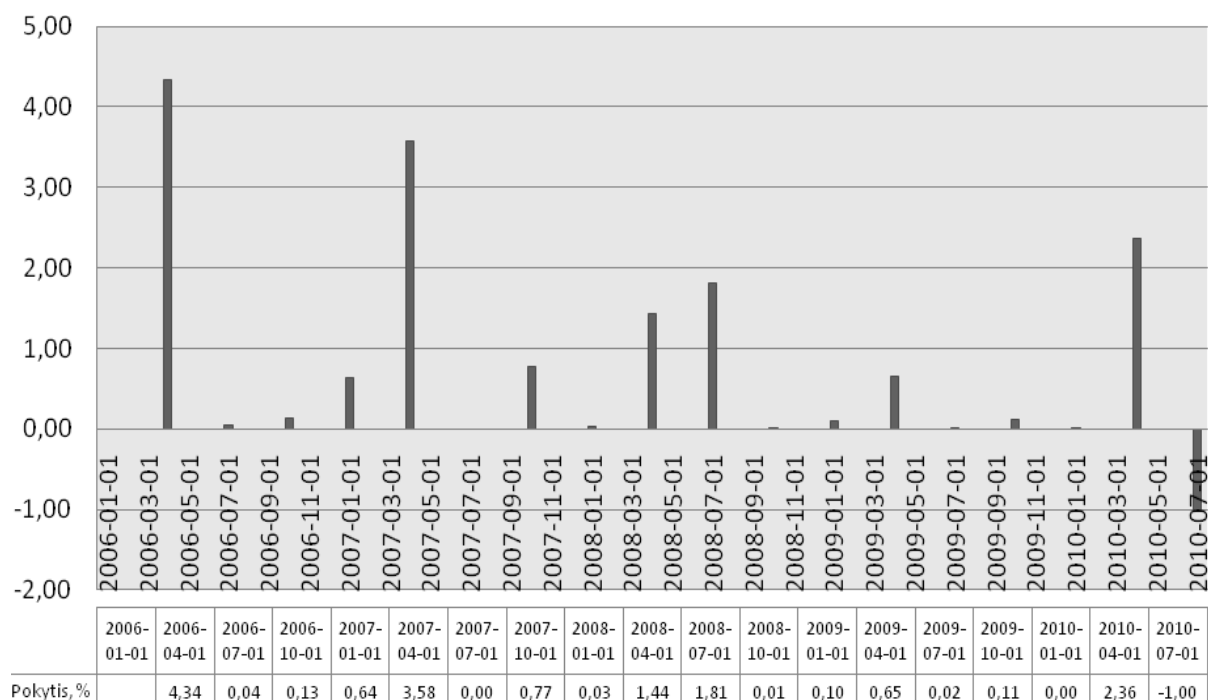
H.1 pav. S&P 500 indekso kitimo tempai, procentais



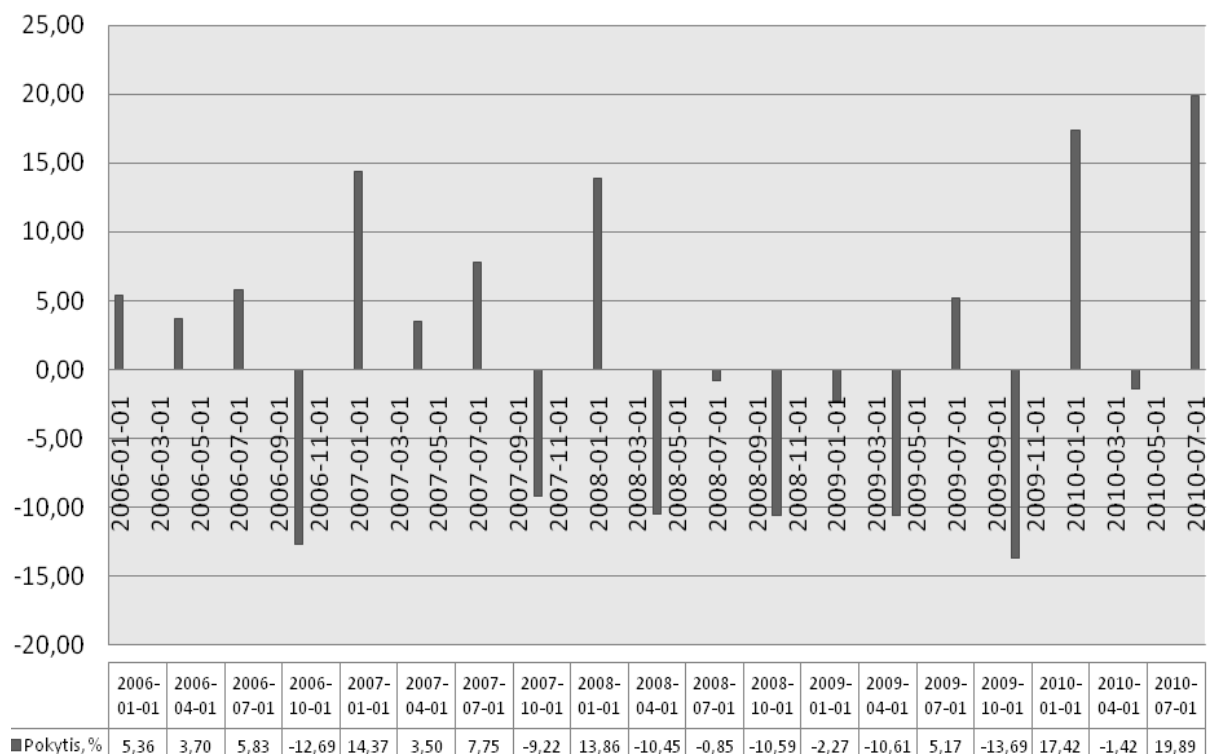
H.2 pav. Liv - ex 100 indekso kitimo tempai, procentais

H priedo tęsinys kitame puslapyje

H priedo pabaiga



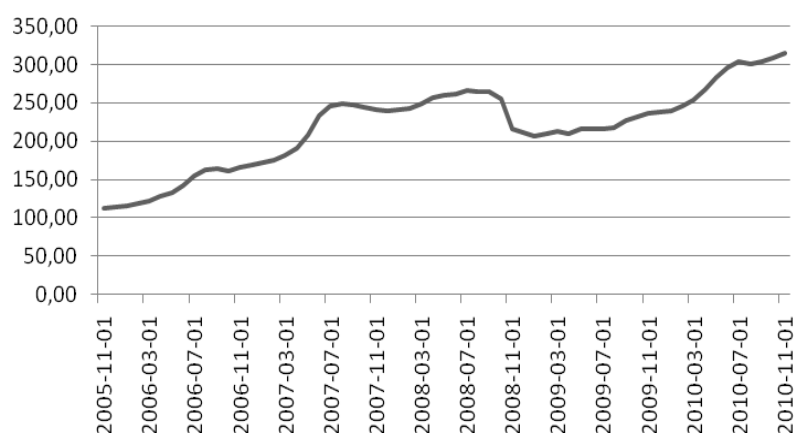
H.3 pav. SG 100 indeksio kitimo tempai, procentais



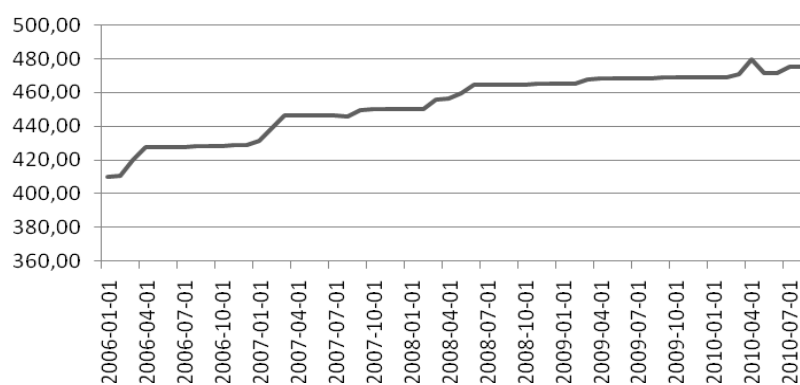
H.4 pav. Artprice Global indeksio kitimo tempai, procentais

I priedas

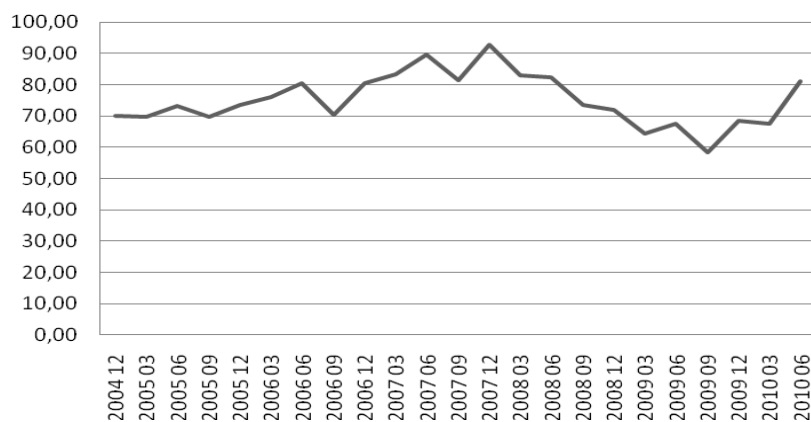
Indeksų Liv – ex 100, SG 100 ir Artprice Global dinamika 2005 – 2010 metais



I.1 pav. Liv - ex 100 indekso dinamika 2005 – 2010 metais [sudaryta autorės pagal 1]



I.2 pav. SG 100 indekso dinamika 2005 - 2010 metais [sudaryta autorės pagal 27]



I.3 pav. Artprice Global indekso dinamika 2005 - 2010 metais [sudaryta autorės pagal 8]

J priedas

Vilniaus aukcionuose brangiausiai parduoti kūriniai

J.1 lentelė. Vilniaus aukcionuose brangiausiai parduoti kūriniai [30]

Eil. Nr.	Autorius	Kūrinio pavadinimas	Kaina, Lt (be PVM)
1	T. Niesiolovskis	Natiurmortas su vaisiais	39 000
2	R. Jankauskas - Kampas	Be pavadinimo	17 500
3	D. Joy	Burlaivis prie molo	16 500
4	V.Kisarauskas	Sėdintis riteris	15 000
5	A.Valeška	Nuėmimas nuo kryžiaus	14 950
6	R. Jankauskas - Kampas	Krantas	14 400
7	S. Krasauskas	ciklas Moters gimimas	14 150
8	A.Galdikas	Nuotaka	13 750
9	J. Buračas	Rytas Kauno uoste	13 450
10	K. Šimonis	Prie pasakų angos	13 400
11	L. Katinas	Medis rudenį	13 300
12	S. Krasauskas	ciklas Pėsčias paukštis	13 150
13	V. Kasiulis	Lenktynės	12 750
14	S. Veiverytė	Natiurmortas	12 500
15-16	A.Galdikas	Moteris bažnyčios prienavyje	12 250
15-16	B. Jamontas	Peizažas	12 250
17	B. Murinas	Natiurmortas su rūpintojėliu	12 000
18	A.Martinaitis	Arlekinai	11 000
19	K. Šimonis	Miškas	10 400
20-21	S. Krasauskas	ciklas Giesmių giesmė	10 250
20-21	R. Sližys	Bumerango sviedikai	10 250

K priedas

T. Nieslovskio kūrinys „Natiurmortas su vaisiais“



L priedas

R. Jankausko – Kampo kūrinys be pavadinimo



M priedas

D. Joy kūrinys „Burlaivis prie molo“



N priedas

S&P 500 ir investavimo į emocines vertybes indeksų prognozuojamos reikšmės 2011 – 2015 metams

N.1 lentelė. S&P 500 ir investavimo į emocines vertybes indeksų prognozuojamos reikšmės 2011 – 2015 metams

Metai	S&P 500	Liv-ex 100	SG 100	Artprice Global
2011 03	1217,71	205,19	448,18	75,02
2011 06	1220,77	196,18	445,35	75,13
2011 09	1228,17	189,30	443,59	75,68
2011 12	1232,38	185,85	442,05	75,15
2012 03	1242,72	183,43	440,70	75,68
2012 06	1260,28	182,32	441,28	76,44
2012 09	1276,34	183,19	441,79	77,77
2012 12	1299,04	189,40	442,55	78,13
2013 03	1321,81	194,80	443,30	79,60
2013 06	1336,47	199,48	444,57	79,94
2013 09	1335,09	205,13	446,58	80,18
2013 12	1329,58	211,28	448,39	79,53
2014 03	1313,26	215,68	450,06	78,77
2014 06	1272,26	214,80	451,82	77,32
2014 09	1224,82	214,27	453,48	76,36
2014 12	1194,27	214,47	455,02	74,56
2015 03	1180,55	216,23	456,40	73,96
2015 06	1174,00	218,54	457,84	73,32
2015 09	1173,55	223,43	459,22	74,09
2015 12	1159,26	231,55	460,87	-