



Joanna Blach

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Wydział Finansów i Ubezpieczeń
Katedra Finansów Przedsiębiorstw i Ubezpieczeń
Gospodarczych
joanna.blach@ue.katowice.pl

Anna Doś

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Wydział Finansów i Ubezpieczeń
Katedra Finansów Przedsiębiorstw i Ubezpieczeń
Gospodarczych
anna.dos@ue.katowice.pl

Monika Wieczorek-Kosmala

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Wydział Finansów i Ubezpieczeń
Katedra Finansów Przedsiębiorstw i Ubezpieczeń
Gospodarczych
monika.wieczorek-kosmala@ue.katowice.pl

Maria Gorczyńska

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Wydział Finansów i Ubezpieczeń
Katedra Finansów Przedsiębiorstw i Ubezpieczeń
Gospodarczych
maria.gorczyńska@ue.katowice.pl

MODEL DECYZJI O IMPLEMENTACJI INNOWACJI FINANSOWYCH W PRZEDSIĘBIORSTWIE – PRZEGLĄD LITERATURY¹

Streszczenie: Model finansowy podejmowania decyzji w przedsiębiorstwie zakłada przyjęcie kryterium wartości dla właścicieli oraz zastosowanie mierników finansowych w decyzji o implementacji innowacji finansowych. Podejście normatywne do implementacji innowacji finansowych zaleca stosowanie modelu finansowego do podejmowania decyzji w tym obszarze. Podejście to jednak jest współcześnie rzadko spotykane w literaturze, w której dominują studia o charakterze pozytywnym. Studia te dowodzą, że modele behawioralne uwzględniające czynniki psychologiczne i społeczne decyzji o implementacji innowacji finansowych w przedsiębiorstwie znajdują potwierdzenie w badaniach empirycznych. Jest to naturalną konsekwencją właściwości innowacji finansowych. Przyjęcie jednak takiej perspektywy w modelu decyzyjnym może prowadzić do pogorszenia sytuacji finansowej przedsiębiorstwa i zagrożenia kreacji wartości dla właścicieli.

Słowa kluczowe: dyfuzja innowacji finansowych, czynniki psychologiczne i społeczne, wartość przedsiębiorstwa, model finansowy, model behawioralny.

¹ Projekt został sfinansowany ze środków Narodowego Centrum Nauki przyznanych na podstawie decyzji numer DEC-2011/03/D/HS4/01924.

Wprowadzenie

We współczesnym nurcie nauki finansów przedsiębiorstwa zrównoważona maksymalizacja wartości dla interesariuszy stanowi cel nadrzędny przedsiębiorstwa [Jensen, 2001]. Zintegrowanie decyzji przedsiębiorstwa wspierających realizację tego celu wymaga m.in. ewaluacji konsekwencji finansowych danej decyzji i odniesienia ich do czynników kreacji długoterminowej wartości przedsiębiorstwa. Zarządzanie zorientowane na wartość narzuca zatem określony model podejmowania decyzji, który można nazwać modelem finansowym. Model ten cechuje: racjonalność, wartość dla właścicieli jako kryterium decyzji (z uwzględnieniem relacji z interesariuszami) oraz wykorzystanie mierników finansowych do oceny skutków decyzji. Zastosowanie innowacji finansowych może w znaczący sposób kształtować wartość przedsiębiorstwa. W celu stwierdzenia, czy przedsiębiorstwa podejmują decyzje o ich zastosowaniu zgodnie z modelem finansowym, dokonano systematycznego przeglądu literatury światowej. Rezultaty tego przeglądu prezentuje niniejsze opracowanie.

1. Istota innowacji finansowych

Innowacje finansowe tworzą bardzo zróżnicowaną grupę zjawisk, procesów i instrumentów finansowych. Co więcej, ich liczebność i różnorodność systematycznie wzrasta wraz z rozwojem inżynierii finansowej oraz narzędzi i metod przez nią stosowanych. Różnorodność innowacji finansowych znajduje odzwierciedlenie w ilości podejść do ich definiowania i klasyfikowania. W ogólnym ujęciu innowacje finansowe definiowane są jako takie nowatorskie rozwiązania finansowe, które mają wpływ na zmianę strategii finansowej przedsiębiorstw i instytucji finansowych [Tarczyński, Zwolankowski, 1999, s. 52]. Oznacza to, że o innowacyjności rozwiązań finansowych nie decyduje ich nowa konstrukcja (zmiana poszczególnych elementów lub powiązań między tymi elementami), ale ich innowacyjne zastosowanie, czyli pełniona przez nie funkcja. Z kolei indywidualizacja podejścia do innowacji zakłada, że nowe rozwiązania uznawane są za innowacyjne wtedy, gdy w ten sposób są traktowane przez ich użytkownika, nawet jeśli wcześniej były już one dobrze znane i stosowane przez inne podmioty [Anderloni, Bongini, 2009, s. 41].

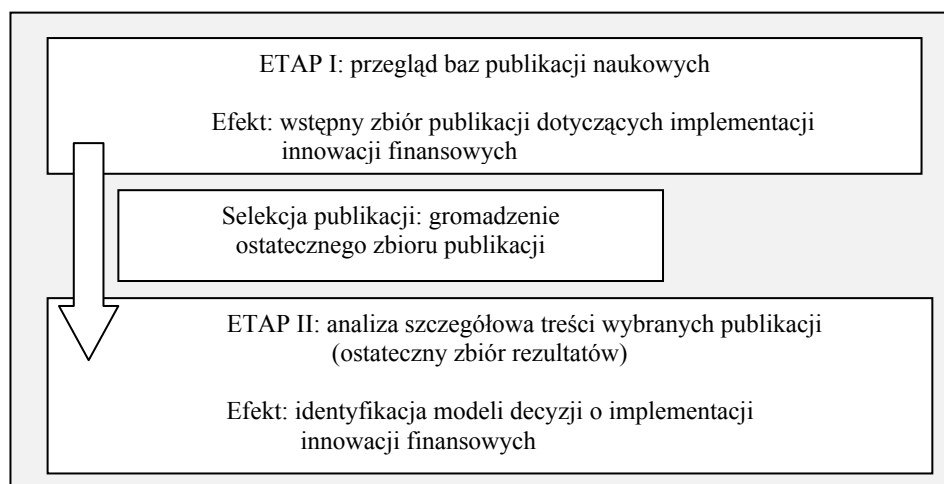
W teorii finansów wypracowano dwa podejścia do definicji pojęcia „innowacje finansowe”. W wąskim ujęciu pojęcie innowacji finansowych odnoszone jest do zmian zachodzących w instrumentach i technikach finansowych [Anderloni, Bongini, 2009, s. 43; Fabozzi, Modigliani, 2003, s. 27-28]. Natomiast

w ujęciu szerokim innowacje finansowe obejmują wszelkie zmiany w konstrukcji i działaniu wszystkich elementów systemu finansowego – rynków, instytucji, instrumentów finansowych oraz rozwiązaniach regulujących ich funkcjonowanie, które wywołują zmiany w strategii finansowej podmiotów gospodarczych [Allen, Yago, 2010; Błach, 2011; Gubler, 2011].

Zastosowanie innowacji finansowych może mieć różne skutki dla wartości przedsiębiorstwa. Ważne jest zatem określenie, czy decyzje o ich implementacji są zgodne z modelem finansowym decyzji w przedsiębiorstwie.

2. Opis procedury badawczej

W celu przedstawienia stanu wiedzy współczesnej w zakresie decyzji o implementacji innowacji finansowych w przedsiębiorstwach przeprowadzono systematyczny przegląd literatury. Procedura przeglądu obejmowała dwa etapy. W pierwszym etapie dokonano przeglądu naukowych baz danych: Scopus, Proquest, Emerald i Google Scholar w celu selekcji artykułów i monografii recenzowanych naukowo podejmujących problem wdrażania innowacji finansowych w przedsiębiorstwie. Kryterium selekcji było wystąpienie sformułowań: „*financial innovation*” (innowacje finansowe), „*diffusion*” (dyfuzja), „*adoption*” (wdrożenie), „*innovation*” (innowacja) i/lub „*financial management*” (zarządzanie finansowe) w tytule, abstrakcie lub w słowach kluczowych. Następnie zbiór uzyskanych rezultatów został poddany wstępnej analizie pod kątem zgodności z podjętym tematem badań (znaczącą część rezultatów odrzucono). Zbiór publikacji zgromadzony w drodze opisanej wyżej selekcji obejmuje studia poświęcone wdrażaniu różnego rodzaju innowacji finansowych: innowacji w zakresie inwestycji, zarządzania ryzykiem, rozliczeń, pozyskania kapitału, rachunkowości oraz sprawozdawczości. W drugim etapie przeprowadzono szczegółową analizę treści publikacji zaliczonych do ostatecznego zbioru rezultatów (rys. 1).



Rys. 1. Etapy procedury badawczej

3. Czynniki decydujące o zastosowaniu innowacji finansowych w przedsiębiorstwie – przegląd literatury

Do roku 2004 badania nad implementacją innowacji finansowych były nieliczne. Szeroko cytowany przegląd literatury dokonany przez Frame'a i White'a [2004] pozwolił na detekcję jedynie 24 takich studiów. W opracowaniach tych generalnie uznano, że innowacje finansowe powinny się wdrażać, gdy korzyści finansowe przewyższają koszty (Rational-Efficiency Hypothesis) [Molyneux, Shamroukh, 1999, s. 211]. Nie uwzględnione w przeglądzie Frame'a i White'a [2004] prace Solansa [2003, s. 1] i Tufano [2003, s. 307] również podkreślają, że innowacje finansowe tworzone są i stosowane w celu osiągnięcia zysków. Relacja korzyści i kosztów stosowania innowacji finansowych leży u podstaw modelu dyfuzji innowacji finansowych Funga i Chenga [2004]. Szatkowski [2001] i Stradomski [2006] jako główne kryterium decyzji o implementacji innowacji wskazuje bezpośrednio cel przedsiębiorstwa.

Takie podejście w literaturze innowacji finansowych znajdowało następców, którzy rozwijali je w różnych obszarach. Peat [2008] wyjaśniał implementację innowacji finansowych poprzez analizę ich wpływu na przepływy finansowe i stopę dyskonta. Frame i White [2014] wręcz zdefiniowali innowację finansową jako rozwiązanie redukujące koszty, ryzyko lub bardziej odpowiadające na popyt zgłaszany na rynku (czyli zwiększające przychody). U podstaw tych rozważań należy wskazać także prace Millera [1986], Finnerty'ego [1988] oraz Tufano [1996], którzy wskazywali źródło innowacji finansowych w niedoskonałościach systemu finansowego.

Szereg badań poświęcono rozpoznaniu, na ile innowacje finansowe przyczyniają się do poprawy efektywności finansowej przedsiębiorstw, które je adaptują. Są to np. prace Lenera [2006], Hernando i Nieto [2007] czy też Rossignoliego i Arnaboldi [2009]. Ich rezultaty są niejednoznaczne. Skłania to do rewizji znaczenia finansowego modelu decyzji o implementacji innowacji finansowych w przedsiębiorstwie.

Współcześnie w literaturze dostrzega się, że innowacje finansowe są ryzykowne i złożone, a ich ewaluacja w kontekście jakości i korzyści, które przynoszą przedsiębiorstwu, jest trudna i rzadko stanowi rzeczywistą podstawę decyzji o wdrożeniu innowacji finansowych [Maas, Graf, 2008; Redmond, 2013]. Jest to naturalna konsekwencja zauważanych już wcześniej cech innowacji finansowych, takich jak niematerialność, heterogeniczność, kompleksowość oraz możliwość wycofania innowacji z oferty [Lievens, Moenaert, Jegers, 1999, s. 34]. W konsekwencji od połowy pierwszej dekady XXI w. badania koncentrują się na rozpoznaniu innych niż efektywność finansowa czynników, które mogą mieć znaczenie dla decyzji o wdrożeniu innowacji finansowych.

W pierwszej kolejności zauważa się, że decyzja o wdrożeniu innowacji to swoisty proces kognitywny zachodzący u konkretnego decydenta w specyficznych warunkach [Branca, 2008]. Stąd część badań koncentruje się na właściwościach decydenta, a część na warunkach, w jakich podejmuje decyzję o wdrożeniu innowacji finansowych.

W obszarze studiów nad właściwościami decydenta liczne są analizy czynników demograficznych i ich wpływu na decyzje o zastosowaniu innowacji finansowych [np. Gerardi, Rosen, Willen, 2010; Poon, 2007; Al-Jabri, Sohail, 2010]. Potwierdzają one istnienie związku pomiędzy czynnikami demograficznymi a skłonnością do implementacji innowacji. Do najważniejszych czynników sprzyjających wdrożeniu innowacji należą: młody wiek, wyższy status dochodowy, wyższe wykształcenie, zamieszkanie w terenach zurbanizowanych oraz wykonywanie pracy umysłowej. W wyjaśnieniu tego zjawiska pomocna jest konkluzja Chena [2013], że użytkownicy finansowych aplikacji mobilnych o różnych wzorcach zachowania różnią się w ocenie korzyści i ryzyka związanego z zastosowaniem innowacji finansowej tego typu.

Odrębny nurt literatury poświęcony jest znaczeniu warunków zewnętrznych dla podjęcia decyzji o wdrożeniu innowacji. Wiele badań w tym nurcie opiera się na najbardziej rozpowszechnionym i uniwersalnym modelu dyfuzji innowacji Rogersa [2003]. Teoria ta uwzględnia kwestię komunikacji innowacji w złożonym systemie społecznym [Trott, 2008].

Wdrażanie innowacji finansowych jako proces społeczny związane jest zatem przede wszystkim ze zjawiskiem „bezpieczeństwa w liczebności” (*safety in numbers*) i związanego z nim efektu kuli śnieżnej (*bandwagon effect*) [Redmond, 2013; Molyneux i Shamroukh, 1999, s. 211], które zachodzą, gdy potencjalni użytkownicy innowacji obserwują i naśladują innych. Im więcej podmiotów wdraża innowację, tym bezpieczniejsza się ona wydaje [Redmond, 2013]. Oznacza to, że doświadczenie zastępuje rozumienie i kalkulację.

Badania w zakresie naśladownictwa i mody to obecnie jeden z głównych nurtów analizy dyfuzji innowacji finansowych. Między innymi dowodzi się, że presja mimetyczna skłania aktorów społecznych (uczestników systemu finansowego) do poszukiwania przykładów ustalonych praktyk i typów zachowania w zakresie wdrażania innowacji finansowych oraz świadomego kopiowania tych typów zachowania, które przejawiają aktorzy o wyższym statusie społecznym (próba „utożsamienia się” z osobami o wyższym statusie społecznym) [Dash, Tech, 2014]. Dotyczy to – poza innowacjami rozliczeniowymi – także innych typów innowacji finansowych. Dyfuzja zrównoważonej karty wyników w Szwecji została zdiagnozowana jako tworzenie mody na tego typu innowację (*fashion-setting*) [Ax, Bjørnenak, 2005]. Wnikliwe studium znaczenia sieci społeczno-technologicznych stanowi także oś dowodzenia o czynnikach adaptacji innowacyjnych technik w obszarze rachunkowości we Francji [Alcouffe, Berland, Levant, 2008].

W analizie warunków podejmowania decyzji o wdrożeniu innowacji finansowych szczególną uwagę poświęca się również kwestii komunikacji [Lievens, Moenaert, 2000]. Patacchini i Rainone [2014] dowodzą, że kiedy podmioty mają podjąć decyzję o wdrożeniu albo o odrzuceniu innowacji finansowych, stoją w obliczu ryzyka i w tej sytuacji nadają większe znaczenie informacji, która pochodzi z zaufanych źródeł. Te wnioski pozwalają zrozumieć rosnące znaczenie kontaktów społecznych i relacji interpersonalnych w decyzjach finansowych. Są one jednocześnie spójne z ugruntowaną teorią komunikacji, wskazującą, że elementem subiektywnym, który decyduje, czy określona niepewność jest odbierana raczej jako szansa bądź raczej jako zagrożenie, częstokroć jest wypadkową relacji interpersonalnych, w ramach których następuje komunikacja [Brashes, 2001, s. 481].

W dokonanej analizie literaturowej wskazano także nowe obszary, które mogą mieć znaczenie dla decyzji o wdrożeniu innowacji finansowych w przedsiębiorstwie. Stwierdza się, że w szczególności brakuje badań w zakresie wpływu czynników kulturowych, mentalnych i lingwistycznych, a istnieją przesłanki pozwalające przypuszczać, że ten wpływ jest znaczący i wieloraki [m.in. Ax, Bjørnenak, 2005; Al-Htaybat, 2011; Ang, Kumar, 2014].

Podsumowanie

Analiza literaturowa wskazuje, że w obszarze badań nad decyzjami o implementacji innowacji finansowych do połowy pierwszej dekady XXI w. dominowało podejście normatywne. Zalecano w nim model finansowy decyzji jako właściwy dla decyzji o implementacji innowacji finansowych. W efekcie uzyskania niespójnych rezultatów analiz efektywności zastosowania innowacji finansowych model ten poddano rewizji. Zastosowanie podejścia pozytywnego zaowocowało dostrzeżeniem znaczenia czynników demograficznych, społecznych i psychologicznych dla decyzji o implementacji innowacji finansowych, co jest związane ze specyfiką innowacji finansowych. W efekcie zidentyfikować można model behawioralny decyzji o zastosowaniu innowacji finansowych. Model ten jest racjonalny w stopniu ograniczonym, co ma znaczenie w kontekście tworzenia wartości w przedsiębiorstwie. Porównanie zidentyfikowanych modeli podejmowania decyzji o implementacji innowacji na podstawie wybranych cech prezentuje rys. 2.

Model finansowy	Model behawioralny
<p>Podejście: normatywne Dostęp do informacji: pełny (hipoteza efektywności rynku finansowego) Podstawa: analiza efektywności (Rational-Efficiency Hypothesis) Parametry: ilościowe Cel: wartość przedsiębiorstwa Rezultat: wzrost wartości</p>	<p>Podejście: pozytywne Dostęp do informacji: niepełny Podstawa: czynniki demograficzne i społeczne (Bandwagon Effects Hypothesis) Parametry: jakościowe Cel: podążanie za rynkiem Rezultat: ryzyko (szansa/zagrożenie)</p>

Rys. 2. Modele decyzji o implementacji innowacji finansowych w przedsiębiorstwie

Można uznać, że w podejściu bazującym na nurcie pozytywnym badań nad innowacjami finansowymi model finansowy został wyparty przez model behawioralny. Pozostaje jednak wątpliwe uzasadnienie takiego stanu rzeczy. Brakuje opracowań porównawczych oraz uwzględniających możliwość przenikania się tych modeli. Otwiera to pole do dalszych badań.

Literatura

- Alcouffe S., Berland N. i Levant Y. (2008), *Actor-Networks and the Diffusion of Management Accounting Innovations: A Comparative Study*, "Management Accounting Research", Vol. 19(1), s. 1-17.
- Al-Htaybat K. (2011), *E-Readiness Framework for Corporate Online Reporting*, "Asian Social Science", Vol. 7(10), s. 68-78.
- Al-Jabri I.M. i Sohail M.S. (2012), *Mobile Banking Adoption: Application of Diffusion of Innovation Theory*, "Journal of Electronic Commerce Research", Vol. 13(4), s. 379-391.
- Allen F. i Yago G. (2010), *Financing the Future. Market-Based Innovations for Growth*, Wharton School Publishing, Upper Saddle River.
- Anderloni L. i Bongini P. (2009), *Is Financial Innovation Still a Relevant Issue?* [w:] L. Anderloni, D.T. Llewellyn, R.H. Schmidt (eds.), *Financial Innovation in Retail and Corporate Banking*, Edward Elgar, Cheltenham.
- Ang J.B. i Kumar S. (2014), *Financial Development and Barriers to the Cross-Border Diffusion of Financial Innovation*, "Journal of Banking & Finance", Vol. 39, s. 43-56.
- Ax C. i Bjørnenak T. (2005), *Bundling and Diffusion of Management Accounting Innovations – the Case of the Balanced Scorecard in Sweden*, "Management Accounting Research", Vol. 16(1), s. 1-20.
- Błach J. (2011), *Financial Innovations and Their Role in the Modern Financial System – Identification and Systematization of the Problem*, "e-Finanse: Financial Internet Quarterly", Vol. 7(3), s. 13-26.
- Branca A.S. (2008), *Demographic Influences on Behaviour: An Update to the Adoption of Bank Delivery Channels*, "International Journal of Bank Marketing", Vol. 26(4), s. 237-259.
- Brashes D. (2001), *Communication and Uncertainty Management*, "Journal of Communication" September, s. 477-497.
- Chen C. (2013), *Perceived Risk, Usage Frequency of Mobile Banking Services*, "Managing Service Quality: An International Journal", Vol. 23(5), s. 410-436.
- Dash M. i Tech M. (2014), *Determinants of Customers' Adoption of Mobile Banking: An Empirical Study by Integrating Diffusion of Innovation with Attitude*, "Journal of Internet Banking and Commerce", Vol. 19(3), s. 1-21.
- Fabozzi F.J. i Modigliani F. (2003), *Capital Markets. Institutions and Instruments*, Pearson Education, Upper Saddle River.
- Finnerty J.D. (1988), *Financial Engineering in Corporate Finance: Overview*, "Financial Management" Winter.
- Frame W.S. i White L.J. (2004), *Empirical Studies of Financial Innovation: Lots of Talk, Little Action?* "Journal of Economic Literature", Vol. 42(1), s. 116-144.
- Frame W.S. i White L.J. (2014), *Technological Change, Financial Innovation, and Diffusion in Banking*, "NYU Working Paper", No. 2451/33549.

- Fung M.K. i Cheng A.C. (2004), *Diffusion of off-Balance-Sheet Financial Innovations: Information Complementarity and Market Competition*, "Pacific-Basin Finance Journal", Vol. 12(5), s. 525-540.
- Gerardi K.S., Rosen H.S. i Willen P.S. (2010), *The Impact of Deregulation and Financial Innovation on Consumers: The Case of the Mortgage Market*, "The Journal of Finance", Vol. 65(1), s. 333-360.
- Gubler Z.J. (2011), *The Financial Innovation Process: Theory and Application*, "Delaware Journal of Corporate Law", Vol. 36.
- Hernando I. i Nieto M.J. (2007), *Is the Internet Delivery Channel Changing Banks' Performance? The Case of Spanish Banks*, "Journal of Banking & Finance", Vol. 31(4), s. 1083-1099.
- Jensen M.C. (2001), *Value Maximization, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function*, "Journal of Applied Corporate Finance", Vol. 14(3), s. 8-21.
- Lerner J. (2006), *The New Financial Thing: The Origins of Financial Innovations*, "Journal of Financial Economics", Vol. 79.
- Lievens A. i Moenaert R.K. (2000), *Communication Flows During Financial Service Innovation*, "European Journal of Marketing", Vol. 34(9/10), s. 1078-1110.
- Lievens A., Moenaert R.K. i Jegers R.S. (1999), *Linking Communication to Innovation Success in the Financial Services Industry: A Case Study Analysis*, "International Journal of Service Industry Management", Vol. 10(1), s. 23-47.
- Maas P. i Graf A. (2008), *Customer Value Analysis in Financial Services*, "Journal of Financial Services Marketing", Vol. 13(2), s. 107-20.
- Miller M.H. (1986), *Financial Innovation: The Last Twenty Years and the Next*, "Journal of Financial and Quantitative Analysis", Vol. 21, No. 4.
- Molyneux P. i Shamroukh N. (1999), *Financial Innovation*, Wiley, Chichester.
- Patacchini E. i Rainone E. (2014), *The Word on Banking-Social Ties, Trust, and the Adoption of Financial Products*, EIEF Working Paper Series, No. 1404, Einaudi Institute for Economics and Finance, Rome.
- Peat M. (2008), *Data + Information Systems = Financial Innovation [w:] Enterprise Applications and Services in the Finance Industry*, Springer, Berlin-Heidelberg.
- Poon W.C. (2007), *Users' Adoption of e-Banking Services: The Malaysian Perspective*, "Journal of Business & Industrial Marketing", Vol. 23(1), s. 59-69.
- Redmond W. (2013), *Financial Innovation, Diffusion, and Instability*, "Journal of Economic Issues", Vol. 47(2), s. 525-532.
- Rogers E. (2003), *Diffusion of Innovations*, Free Press, New York – London – Toronto.
- Rossignoli B. i Arnaboldi F. (2009), *Financial Innovation: Theoretical Issues and Empirical Evidence in Italy and in the UK*, "International Review of Economics", Vol. 56(3), s. 275-301.
- Solans E.D. (2003), *Structural Change and Growth Prospects in Asia – Challenges to Central Banking*, Manilla, www.ecb.int/press/key/date/2003/html/sp030213.en.html (dostęp: 10.01.2016).

- Stradomski M. (2006), *Innowacje finansowe w kreowaniu wartości przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań.
- Szatkowski K. (2001), *Istota i rodzaje innowacji* [w:] M. Brzeziński (red.), *Zarządzanie innowacjami technicznymi i organizacyjnymi*, Difin, Warszawa.
- Tarczyński W. i Zwolankowski M. (1999), *Inżynieria finansowa*, Placet, Warszawa.
- Trott P. (2008), *Innovation Management and New Product Development*, Pearson Education, Harlow.
- Tufano P. (1996), *How Financial Engineering Can Advance Corporate Strategy*, "Harvard Business Review" January-February.
- Tufano P. (2003), *Financial Innovation* [w:] G. Constantinides (ed.), *The Handbook of the Economics of Finance: Corporate Finance*, Vol. 1A, Elsevier, Amsterdam.

DECISION MODEL FOR FINANCIAL INNOVATION IMPLEMENTATION IN ENTERPRISES – LITERATURE REVIEW

Summary: The review of the literature indicates that before 2004 in the literature on financial innovation implementation a normative approach was predominant. Under this approach it was recommended to apply financial decision model for decisions in implementation of financial innovation in enterprises. The further research on financial innovations efficiency provided mixed results. Consequently financial decision model was reviewed. Under the positive approach applied in number of studies it was discovered, that social and psychological factors are influential in context of financial innovation implementation, which is a consequence of financial innovations specificity. Behavioral decision model however represents bounded rationality. Adopting this model of decision-making can lead to a deterioration in the financial situation of the company and the risk of value creation for the owners.

Keywords: financial innovation, diffusion, psychological and social factors, corporate value, financial model, behavioral model.