

Nobelprisen viser os værdien af innovation

Børsen den 16 oktober 2025

KOLUMN: I mandags annoncerede Sveriges Riksbank, at Joel Mokyr, Philippe Aghion og Peter Howitt modtager årets nobelpris i økonomi. Selvom de tre næppe er kendt af ret mange uden for universitetsverdenen, har de bidraget væsentligt til vores forståelse af, hvordan viden omsættes til vækst og innovation i nye virksomheder.

De viser dog også, hvordan virksomheder selv kan bidrage til det modsatte og blive en trussel mod velstanden.

Mokyr, der er professor på Northwestern University uden for Chicago, har brugt det meste af sin karriere på at studere den industrielle revolution. De centrale spørgsmål, som hans forskning fokuserer på, er, hvorfor moderne vækst startede, hvor og hvornår det gjorde - i Storbritannien i starten af 1700-tallet - og hvorfor det blev ved.

Mokyr's svar er, at det krævede en unik kombination af udbredt akademisk frihed, et solidt og politisk uafhængigt retsvæsen, der tillod folk at investere i de nye idéer, og også en social accept af, at man kunne blive velhavende på andre måder end landadelen.

Særligt briterne startede en lang række diskussionsselskaber, magasiner og andet, der spredte den nye viden bredt i samfundet.

Resultatet var en eksplosion i to typer viden - den praktiske forståelse af, hvad der virker, og den akademiske af, hvorfor det virker. De to forstærkede hinanden, og investeringer i dem satte moderne økonomisk vækst i gang.

Mokyr's indsigter er ikke blot historiske: Som min egen forskning med Niclas Berggren har vist, gælder de samme faktorer også i den moderne verden.

Det er stadig en generel forudsætning for at få produktivitetsvækst, at ens land både har udbredt akademisk frihed og et solidt retsvæsen, der beskytter privat ejendomsret og håndhæver kontrakter effektivt.

Har man kun det ene element på plads, kan man i bedste fald håbe at kopiere fra de innovative samfund.

Men, som de to andre nobelprismodtagere har peget på, er innovationen ikke altid lige populær.

Aghion og Howitt's bidrag er en teoretisk formalisering af Joseph Schumpeters forklaring af "kreativ destruktion": Når virksomheder innoverer, betyder det ofte, at deres egne og andres produkter, maskiner eller andet bliver overflødig.

Innovation indebærer med andre ord, at virksomheder fødes og dør, i takt med at de selv investerer i innovation og bliver overhalet og overflødiggjort af andre.

Det skaber et klart incitament for ældre, eksisterende virksomheder til at lobbye for regulering og anden politik, der holder innovative konkurrenter ude af markedet.

Politikere kan også let fristes til at forsøge at beskytte arbejdspladser i gamle virksomheder, men når de forhindrer den kreative destruktion, forhindrer de dermed også innovationen.

Nobelkomiteen sendte derfor et betydeligt signal ved at understrege vigtigheden af at opretholde de politisk skrøbelige institutioner, der på langt sigt skaber vedvarende innovation og vækst.

Christian Bjørnskov