

全国高等教育自学考试指定教材  
邮电管理工程专业（本科）

# 管理经济学基础

（附管理经济学基础自学考试大纲）

全国高等教育自学考试指导委员会 组编

主编 吴德庆 副主编 马月才

 中国人民大学出版社

全国高等教育自学考试指定教材

邮电管理工程专业（本科）

# 管理经济学基础

（附管理经济学基础自学考试大纲）

全国高等教育自学考试指导委员会 组编

主 编 吴德庆

副主编 马月才

中国人民大学出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

管理经济学基础/吴德庆主编; 全国高等教育自学考试指导委员会组编.  
北京: 中国人民大学出版社, 1999  
全国高等教育自学考试指定教材  
邮电管理工程专业 (本科)

ISBN 7-300-03070-X/F · 936

- I. 管…
- II. ①吴…②全…
- III. 管理经济学-高等教育-自学考试-教材
- IV. C93-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 06374 号

全国高等教育自学考试指定教材  
邮电管理工程专业 (本科)  
**管理经济学基础**  
(附管理经济学基础自学考试大纲)  
全国高等教育自学考试指导委员会 组编  
主 编 吴德庆  
副主编 马月才

---

出 版: 中国人民大学出版社  
(北京海淀路 157 号 邮编 100080)  
发行部: 62514146 门市部: 62511369  
总编室: 62511242 出版部: 62511239  
E-mail: rendafx@263.net  
发 行: 新华书店总店北京发行所  
印 刷: 北京市丰台丰华印刷厂

---

开本: 787×1092 毫米 1/16 印张: 14.5  
1999 年 9 月第 1 版 1999 年 9 月第 1 次印刷  
字数: 349 000

---

定价: 19.00 元  
(图书出现印装问题, 本社负责调换)

# 《自学考试教材》出版前言

高等教育自学考试教材建设是高等教育自学考试工作的一项基本任务。经教育部同意，我们拟有计划、有步骤地组织编写一些高等教育自学考试教材，以满足社会自学和适应考试的需要。《管理经济学基础》是为高等教育自学考试邮电管理工程专业（本科）组编的一套教材中的一种。这本教材是根据专业考试计划，从造就和选拔人才的需要出发，按照全国高等教育自学考试指导委员会颁布的《管理经济学基础自学考试大纲》的要求，结合自学考试的特点，组织高等院校一些专家学者集体编写而成的。

邮电管理工程专业（本科）《管理经济学基础》自学考试教材，是供个人自学、社会助学和国家考试使用的。现经组织专家审定同意予以出版发行。我们相信，高等教育自学考试教材的陆续出版，必将对我国高等教育事业的发展，保证自学考试的质量起到积极的促进作用。

编写高等教育自学考试教材是一种新的尝试，我们希望得到社会各方面的关怀和支持，使它在使用中日臻完善。

**全国高等教育自学考试指导委员会**

1999年4月

## 《自学考试大纲》出版前言

为了适应社会主义现代化建设的需要，我国实行了高等教育自学考试制度。它是个人自学、社会助学和国家考试相结合的一种新的教育形式，是我国社会主义高等教育体系的一个组成部分。推行高等教育自学考试制度，是实行宪法规定的“鼓励自学成才”的重要措施，也是造就和选拔人才的一种途径。应考者通过规定之考试并达到毕业要求的，可以获得毕业证书，国家承认其学历，并按规定享受与全日制高等学校毕业生同等的有关待遇。

全国三十一个省、自治区、直辖市都开展了高等教育自学考试工作。为了统一全国高等教育自学考试标准，全国高等教育自学考试指导委员会陆续制定部分专业考试计划。各专业委员会按照有关专业考试计划的要求，从造就和选拔人才的需要出发，编写了相应专业的课程自学考试大纲，进一步规定课程和考试的内容、范围，使考试标准规范化、具体化。

电子电工与信息类专业委员会根据国务院发布的《高等教育自学考试暂行条例》，参照原国家教育委员会拟定的全日制高等学校有关课程的教学大纲，结合自学考试的特点，编写了邮电管理工程专业（独立本科段）《管理经济学基础自学考试大纲》。现经全国高等教育自学考试指导委员会审定，教育部批准，颁发试行。

邮电管理工程专业（独立本科段）《管理经济学基础自学考试大纲》是该课程考试命题、自学和社会助学的依据。各地高等教育自学考试委员会都应贯彻执行。

**全国高等教育自学考试指导委员会**

1999年4月

## 编者的话

这本《管理经济学基础》是应全国高等教育自学考试指导委员会电类专业委员会的委托编写的，是一本供邮电管理工程专业（本科）自学考试用的教材。为了适合本科自考教材的要求，本书的内容主要包括本科生所要求的管理经济学的一些基本理论、基本知识和基本方法。尽量做到理论与实际相结合，突出这门学科的应用性。在叙述上力求简明扼要、深入浅出。另外，为了帮助自学，在每章后面还附有重要名词和术语、复习思考题和作业题，在书后还附有部分作业题答案，以供学员做题时核对之用。

本教材由吴德庆任主编，马月才任副主编。参加编写的有吴德庆（绪论、第1、2、6、7章）、马月才（第3、4、5章）和申伯惠（第8、9章），全书最后由吴德庆修改定稿。

本教材虽然是为邮电管理工程专业（本科）自学考试编写的，但涉及的内容乃是一般管理经济学的基础内容，是不分专业的，因而，对其他专业的学员和经济管理工作者也适用。

本教材在出版之前，承蒙张隆高教授（南开大学）、蔡淑溶教授（北京邮电大学）和宋克勤副教授（首都经贸大学）在百忙之中，对书稿进行了审定，并提出了许多宝贵的修改意见，谨在此向他们表示衷心的感谢。

由于时间仓促，加上编者水平有限，书中的缺点和错误在所难免，恳请读者批评指正。

**编者**

1998年12月

# 目 录

## 管理经济学基础

绪 论	3
一、管理经济学的对象和任务	3
二、管理经济学的理论支柱	4
三、管理经济学的决策准则	6
小 结	11
复习思考题	12
作业题	12
第一章 市场供求及其运行机制	13
第一节 需求	13
第二节 供给	18
第三节 供求法则和需求—供给分析	21
第四节 市场机制与社会资源的配置	25
小 结	28
复习思考题	29
作业题	29
第二章 需求分析和需求估计	31
第一节 需求弹性	31
第二节 需求估计	41
小 结	46
复习思考题	48
作业题	49
第三章 生产决策分析——投入要素的最优组合问题	51
第一节 单一可变投入要素的最优利用	52
第二节 多种投入要素的最优组合	57
第三节 规模对收益的关系	64
第四节 科布-道格拉斯生产函数	66
小 结	68
复习思考题	69
作业题	69
第四章 生产决策分析——产品产量的最优组合问题	71

第一节	产品产量最优组合决策的理论方法 .....	71
第二节	产品产量最优组合决策的实用方法 ——线性规划法 .....	74
小结	.....	78
复习思考题	.....	79
作业题	.....	79
第五章	成本利润分析 .....	81
第一节	管理决策中几个重要的成本概念 .....	81
第二节	成本函数 .....	84
第三节	成本利润分析方法 .....	91
小结	.....	101
复习思考题	.....	102
作业题	.....	102
第六章	市场结构和企业行为 .....	105
第一节	市场结构的分类 .....	105
第二节	完全竞争市场条件下的企业行为 .....	106
第三节	完全垄断条件下的企业行为 .....	111
第四节	垄断竞争条件下的企业行为 .....	114
第五节	寡头垄断条件下的企业行为 .....	117
小结	.....	123
复习思考题	.....	124
作业题	.....	125
第七章	定价实践 .....	127
第一节	定价目标和决定价格的主要因素 .....	127
第二节	企业定价的一般方法 .....	129
第三节	企业定价策略 .....	136
第四节	中间产品转移价格的确定 .....	141
小结	.....	145
复习思考题	.....	146
作业题	.....	146
第八章	长期投资决策 .....	149
第一节	投资决策概论 .....	149
第二节	数据的收集和估计 .....	150
第三节	投资方案的评价方法 .....	159
第四节	企业兼并价格决策 .....	164
小结	.....	168
复习思考题	.....	169
作业题	.....	169
第九章	企业决策中的风险分析 .....	172



第一节 风险概念和风险衡量.....	172
第二节 经济学关于风险的理论.....	175
第三节 降低风险的途径.....	177
第四节 在决策中如何考虑风险.....	179
第五节 不确定条件下的企业决策.....	185
第六节 信息的搜集成本和价值.....	186
小 结.....	187
复习思考题.....	188
作业题.....	189
附 录 部分作业题答案.....	191

## 附 管理经济学基础自学考试大纲

I 课程的性质及其设置目的和要求.....	197
II 课程内容与考核目标.....	198
III 有关说明与实施要求.....	217
附录 题型举例.....	219
《自学考试大纲》后记 .....	220

# 管理经济学基础

# 原书空白页

# 绪 论

管理经济学这门学科是国外在第二次世界大战后建立起来的。在这以前，西方的传统经济学（主要是微观经济学）基本上停留在经院式的讨论上，很少解决实际问题。管理经济学的问世，开创了经济学实际应用的新时期。由于它的出现恰好适应了战后企业界由于国内外市场竞争的加剧而迫切要求提高企业经营决策水平的需要，所以从那时以来，管理经济学在西方得到了迅猛的发展。在我国，这门学科是在改革开放之后，于80年代初从国外传入的。现在随着社会主义市场经济的发展和企业之间竞争的展开，这门学科已显得越来越重要了。

## 一、管理经济学的对象和任务

管理经济学是一门研究如何把传统经济学的理论和经济分析方法应用于企业管理决策实践的学科。传统经济学，主要指西方的微观经济学，是一门资产阶级的经济学。但其中有许多方法和理论，是属于市场经济和社会化大生产的一般规律，是人类共同财富。我们应当利用它来为提高我国企业经营管理决策的科学水平服务。特别是当前我国正在建立和发展社会主义市场经济体制，企业不得不面对市场的外部环境，企业之间的竞争正愈演愈烈。广大企业管理者只有在经营决策思想和方法上有一个大的提高和转变，才能在市场风云中立于不败之地。正因为这样，学习管理经济学，用体现市场经济和社会化大生产一般规律的经济学原理和分析方法来武装广大经济管理人员，提高他们在社会主义市场经济条件下从事管理经营决策的能力，就显得格外迫切，格外重要了。

管理经济学要借用一些微观经济学的原理和方法，因此两者之间存在着密切的联系。管理经济学与微观经济学有共同之处，它们都把企业作为研究对象，都研究企业的行为。<sup>①</sup>为了研究企业的行为，它们都首先要对企业的目标做出假设，因为目标不同，企业的行为也就不同。但是除此之外，企业的行为还要受企业内外环境的影响。所以，无论是微观经济学，还是管理经济学，除了根据假设的企业目标外，还要结合企业内外的环境来研究企业的行为。这是它们的共同点。

但这两门学科又有不同之处，这些不同之处见表0—1。

表0—1

	研究对象	对企业目标的假设	对企业环境的假设	研究目的
微观经济学	抽象的企业	利润最大化	假定企业的外部环境信息为已知	企业行为的一般规律
管理经济学	现实的企业	短期目标是多样化的，长期目标是企业价值最大化	企业环境，特别是外部环境信息是不确定的	企业决策

<sup>①</sup> 微观经济学还研究消费者的个人行为。

微观经济学对企业行为的研究，是以企业的唯一目标即追求最大利润为前提的。在这里，“利润最大化”是指短期利润而言的。但是管理经济学研究的是现实的企业。对现实的企业来说，从短期看，企业的目标是多样的，利润不过是其中不可缺少的一个。所以从短期看，企业必须在兼顾多种目标的前提下，谋求满意的或尽可能多的利润。从长远看，企业的目标是长期利润的最大化，可以用企业价值最大化的指标来衡量。

微观经济学与管理经济学对企业环境的假设也是不同的。微观经济学假定企业所处环境的全部信息为已知的和确定的，根据这些已知的信息来研究企业的行为。而管理经济学则认为现实的企业通常是在环境十分复杂、信息多变这样一个很不确定的情况下经营的。这种情况要求管理经济学在决策时，要使用有关的数学工具，对有关数据（如市场需求、产品成本等）进行预测和估计，并在不确定的条件下，选择最优方案。

微观经济学和管理经济学虽然都是研究企业的行为，但微观经济学是一门理论科学，它研究的是与企业有关的经济理论与方法，即企业行为的一般规律。而管理经济学则是一门应用科学。它研究的是如何运用这些规律，结合企业的各种具体条件，做出最优行动方案的决策。在企业管理中要决策的问题是很多的。例如，人事决策（包括配备、选拔和培训干部）、组织决策（包括组织设计等）、财务决策（包括如何筹集资金、使用资金等），以及销售决策（包括如何确定销售策略、如何建立销售渠道等等）。管理经济学当然不可能涉及管理中所有这些决策问题，它涉及的只是与企业资源合理配置有关的经济决策方面。

## 二、管理经济学的理论支柱

管理经济学借用微观经济学的一些原理与方法作为决策的重要工具，从而确保管理决策的科学性。这些原理与方法主要是：建立经济模型、边际分析法、需求弹性原理、关于市场机制和市场竞争的基本原理、边际收益递减规律、机会成本概念和资金的时间价值等。

### （一）建立经济模型

模型是用来代表简化了的现实的。在日常生活中，最常见的是实物模型。如青少年玩的飞机模型、建筑师使用的建筑物模型等。在经济学中则使用经济模型。它是由经济变量之间的函数关系（可以用代数式表示，也可以用图或表格形式来表示）构成的。经济学的任务就在于通过建立经济模型来研究经济变量之间的因果关系，以达到科学地进行经济预测和经济决策的目的。在管理经济学中，也要利用经济模型来做管理决策，这正是经济学对管理决策科学化所做的一个最重要贡献。在管理经济学中利用经济模型，就可能在处理一个复杂的管理决策问题时，舍弃次要因素，找出影响事物发展的关键变量以及变量之间的因果关系，从而为管理人员进行决策提供科学的思维框架，也使决策方法得以简化、科学化和定量化。有的经济学家认为，在所有管理学科中，管理经济学可以说是一门最巧妙、也是最普遍地应用经济模型来解决管理问题的学科。

### （二）边际分析法

边际分析法是微观经济学分析和研究资源最优配置的基本方法。它首先是一种正确的决策思想。边际即“额外”、“追加”之意。用边际分析法来衡量一个方案或一项活动是否有利

就是要把这个方案或活动引起的额外成本（边际成本）与引起的额外收益（边际收入）相比较。如果后者大于前者，就是有利的。否则就是不利的。这种决策方法体现了向前看的决策思想。它与许多人习惯采用的传统的决策方法是根本对立的。后者在评价一个方案时，只是把这个方案的总收益与总成本相比较，（不注意区分哪些是由于采用这个方案引起的，哪些不是）结果往往导致错误的决策。边际分析法与微分学相结合又是寻找资源最佳配置的最好的工具。<sup>①</sup>

增量分析法是边际分析法的变型，它有边际分析法的优点，而又简便可行，十分实用。在本书中它将与边际分析法一起得到广泛的应用。

### （三）需求弹性理论

在传统经济学中，弹性是用来分析自变量的变化和因变量的变化之间关系的有力工具。管理经济学也借用这个工具来研究各种变量变化之间的关系。其中最常用的是需求弹性。企业决策要适应市场的变化，最重要的是要了解市场需求的变化，企业的一切决策都要建立在需求分析的基础上。需求弹性就是进行需求分析的最重要的工具，它使这种分析得以定量化。不同的产品具有不同的需求弹性，它是企业确定经营方针和进行价格决策的重要依据。

### （四）关于市场机制和市场竞争的基本原理

有关市场机制和市场竞争的基本原理是微观经济学的核心内容，也是管理经济学的重要组成部分。现在我国正在建立社会主义市场经济体制，企业的经营活动必须面向市场，管理人员只有懂得这些基本原理才能够掌握和预见市场变化的趋势，使自己的经营决策适应不断变化的市场环境，才能在竞争中立于不败之地。

### （五）边际收益递减规律

边际收益递减规律告诉我们：在生产过程中，如果其他投入要素的投入量不变，并不是只要增加某一种投入要素就一定能带来效益，更不是投入越多，效益就一定越大。恰恰相反，投入过多或过少都是不合理的。因此，这个原理要求在生产过程中，在各种投入要素之间保持最适度的比例关系。边际收益递减规律还决定了企业成本的习性和变化的规律。管理工作只有懂得这个规律，使自己的决策能够自觉地遵从这个规律的要求，才能获得最大的经济效益。

### （六）机会成本原理

许多人在决策中习惯于使用会计成本。会计成本反映的只是账面上的支出，属于历史成本，而决策是面向未来的。更重要的是，会计成本不反映因对资源的使用做出了选择而带来的全部牺牲，因而不能作为决策的依据。机会成本是指资源用于次好用途时所能获得的价值，只有用机会成本做决策，才能判断资源是否真正得到了最优使用。因此，向广大管理工作者传授机会成本的原理，用机会成本概念来代替会计成本概念作为决策的基础，也应当是提高

---

<sup>①</sup> 读者如想更多了解边际分析法的基本原理和它在决策中的作用，可参阅吴德庆、马月才编著：《管理经济学》，2版，6~12页，北京，中国人民大学出版社，1996。

我国管理决策水平的一项重要任务。

### (七) 货币的时间价值

货币的时间价值是指因放弃现在使用资金的机会，可以换取的按放弃时间的长短计算的回报。它的最常见的表现形式是利息。特别是在长期投资中，资金的收支时间不一，只有计算资金的货币价值，才能正确评价投资的经济效益。过去我国企业资金大多由国家无偿拨给，或由银行低息贷给，致使人们对资金占用的时间观念十分淡薄，这种状况也要求用货币的时间价值原理来武装头脑，以尽量减少在资金占用上的浪费。

由于管理经济学能够运用符合客观经济规律的这些经济学原理和方法来进行决策，它大大提高了人们在社会主义市场经济条件下从事管理决策的水平和能力。因此，学习和掌握好管理经济学，对于每一个企业管理者来说，都是十分重要的。

## 三、管理经济学的决策准则

决策就是选择，就是从众多的方案中选择最优的行动方案。所谓“最优方案”就是最有利于企业实现自己目标的方案。在这一节里，将探讨什么是企业的目标，利润在企业目标中的地位，什么样的利润才是决策的基础。

### (一) 企业的目标

企业目标可以分为短期目标和长期目标。

1. 企业的短期目标。企业的短期目标总是多样化的，因为企业是社会的一个细胞，企业的生存和发展，离不开社会上不同集团的人(图 0—1)，他们都有各自的利益，企业只有满足各个集团的利益和要求，才能调动各方面的积极性，促使企业兴旺发达。

(1) 投资者。企业首先不能没有投资者(股东或老板)。投资者在企业投资是希望得到合理的回报，因此，企业必须要有足够的利润，来满足投资者的要求，不然投资者就可能把资金抽走，改投其他地方。



图 0—1

(2) 顾客。一家企业的成败，归根到底取决于顾客是否愿意购买它的产品。顾客多，生意就兴隆；没有顾客，企业就要倒闭。怎样才能使更多的顾客购买自己的产品呢？为了做到这一点，企业必须

保证不断提高自己产品的性能和质量，增加花色和品种，更好地满足消费者不断变化的需要。

(3) 债权人。债权人是指向企业出借资金的人。有些债权人向企业赊销了原材料或供应品，另一些债权人则借钱给企业。对这些人，企业必须到期偿还债务，并支付一定的利息。如果做不到这一点，企业的信用就会受到影响，不利于企业的经营，严重的甚至会导致企业的破产。

(4) 职工。职工是为生产(或销售)产品提供劳务的。职工希望有优厚的报酬、满意的福利和良好的工作条件，如果企业不能满足这些要求，有才能的职工就有可能离开到别的待遇更高的企业中去工作。如果企业留不住有才能的职工，就会在竞争中处于劣势。

(5) 政府。企业必须遵守政府的各种法令，并照章纳税。政府用来管制企业的法令很多，如有关产品质量的法令、反不正当竞争的法令、防止污染的法令、有关劳动方面的法令等。如企业不遵守这些法令和照章纳税，就会受到政府的制裁，甚至被勒令停业。

(6) 社会公众。企业应该与社会公众保持良好的关系，力求在社会上建立良好的形象和声誉，这也是企业得到发展的一个条件。为此，对企业的要求是：按公平、合理的价格出售产品；保持环境的清洁；参与本地或全国性的社团及慈善组织的一些活动等。

企业不仅要与社会上的各种人打交道，还要与物，如设备、厂房打交道。企业必须保持设备等处于良好的技术状况，并不断有所改进，才能在市场上不断提高竞争能力。所以，企业的技术改造也常常是企业的短期目标之一。

综上所述，企业短期目标是多样化的，只有统筹兼顾，充分调动各方面的积极因素，才能把企业办好。利润虽不是企业唯一的目标，毕竟还是一个很重要的目标，因为如果没有资金来源，企业就根本不能存在。但在短期内，企业也可以暂时放弃或减少对利润的追求，而致力于其他目标的实现。

2. 企业的长期目标。企业的长期目标是实现企业长期利润的最大化。近些年来，随着人们对货币的时间价值以及对风险问题了解的加深，经济学家提出了能反映长期利润大小的“企业价值”的概念，提出“企业的长期目标应是企业价值的最大化”。在这里，企业价值是指企业未来预期利润收入的现值之和。<sup>①</sup> 其计算公式为：

$$\begin{aligned}\text{企业价值} &= \frac{\pi_1}{1+i} + \frac{\pi_2}{(1+i)^2} + \cdots + \frac{\pi_n}{(1+i)^n} \\ &= \sum_{t=1}^n \frac{\pi_t}{(1+i)^t}\end{aligned}$$

式中， $\pi_t$  是第  $t$  年的预期利润； $i$  是资金利息率； $t$  表示第几年（从第 1 年，即下一年，到第  $n$  年即最后一年），由于利润等于总销售收入（ $TR$ ）减去总成本（ $TC$ ），上述方程又可表述为：

$$\text{企业价值} = \sum_{t=1}^n \frac{TR_t - TC_t}{(1+i)^t}$$

式中， $TR_t$  是企业在第  $t$  年的总销售收入； $TC_t$  是企业在第  $t$  年的总成本。

上面讨论了企业的短期目标和长期目标。两者的关系是：对短期目标的设计和安排要服从于长期目标。

## （二）利润的种类及其在决策中的作用

“利润”这个概念，经济学和会计学都有过论述。在这里，主要是从决策的角度，即在市场经济条件下资源配置的角度，来考察企业利润的种类及其在决策中的作用。

1. 会计利润和经济利润的区别。企业利润可以分为会计利润和经济利润。其中，只有经济利润才是决策的基础，会计利润是不能用于决策的。

利润等于企业销售收入与成本之间的差额。但企业的成本，又有会计成本和机会成本之分。如果销售收入减去的是会计成本，得到的就是会计利润；如果销售收入减去的是机会成本，得到的就是经济利润。

<sup>①</sup> 准确地说，企业价值等于企业未来预期现金流量的现值之和，参见本书第 8 章。



会计利润 = 销售收入 - 会计成本

经济利润 = 销售收入 - 机会成本

会计成本是会计师在账簿上记录下来的成本。会计成本不能用于决策：一是因为它属于历史成本，而决策总是面向未来的；二是（这一点更重要）它只反映使用企业资源的实际货币支出，没有反映企业为使用这些资源而付出的总代价。

会计利润是在会计成本的基础上算出的，当然也就不能用于决策的目的。会计利润就是企业的实际收入大于实际支出的部分，它反映企业通过经营，增加了多少货币收入。会计师计算会计利润的目的是报告企业的盈亏情况，以便投资者作为投资、政府作为征税的根据等。但经济学家的目的则为了决策，为了说明企业的资源是否得到了最优的使用，就必须使用经济利润。为了说清这个道理，有必要先来解释机会成本这个管理经济学中十分重要的概念。

2. 机会成本概念。机会成本这个概念是由资源的稀缺性引起的。资源的稀缺性决定了资源如果用于甲用途，就不能再用于乙用途。例如，假设某企业有 10 000 元资金，如用于甲产品的生产，就不能用于乙产品的生产，两者只能选择其一。所以，资源的稀缺性决定了资源的用途要有所选择。什么是机会成本？如果一项资源既能用于甲用途，又能用于其他用途（由于资源的稀缺性，如果用于甲用途，就必须放弃其他用途），那么资源用于甲用途的机会成本，就是资源用于次好的、被放弃的其他用途本来可以得到的净收入。为什么叫机会成本？因为如果资源用于甲用途，就会丢失资源用于其他用途可能得到收入的机会，所以，它是一种机会损失。这种损失，是企业在选择资源用途，也就是决策时必须考虑的。对经济学家来说，只有机会成本才是真正的成本。

下面是做企业管理决策时，几种特殊情况下，机会成本的计算方法。

(1) 业主用自己的资金办企业的机会成本，等于如果把这笔资金借给别人他可能得到的利息。

(2) 业主自己兼任经理（自己管理企业）的机会成本，等于如果他在别处从事其他工作可能得到的薪水收入。

(3) 机器如果原来是闲置的，现在用来生产某种产品的机会成本是零。

(4) 机器如果原来是生产产品 A，可得一笔利润收入，现在改用来生产产品 B 的机会成本，就是它生产产品 A 可能得到的利润收入。

(5) 过去买进的物料，现在市价变了，其机会成本就应当按市价来计算（即这批物料如不用于生产，而用于出售可能得到的收入）。

(6) 使用按目前市场价购进的物料、按目前市场工资水平雇用的职工以及按目前市场利率贷入的资金的的机会成本与其会计成本是一致的。

(7) 机器设备折旧的机会成本是该机器设备期初与期末可变卖价值之差。

下面举例说明在管理决策中机会成本的计算和应用。

[例 0—1] 甲用自己的钱 1 000 元办工厂（如果这笔钱借出去，每年可得利息 100 元）。乙则从银行借钱 1 000 元办同样的工厂，每年支付利息 100 元。试求甲、乙的会计成本和机会成本。

解：甲 会计成本 = 0；机会成本 = 100 元

乙 会计成本 = 100 元；机会成本 = 100 元

就是说，如果从会计观点看，甲的会计成本低于乙，甲方案似乎比乙方案好。但从经济