

Simple  
Account

11

## Chapter 11 Decision making and Relevant information

### □ The Concept of Relevance

↳ Relevant information has two characteristics

① □ it occurs in the future

المعلومات التي تحدث في المستقبل

② □ it differs among the alternative courses of action

لأنها تختلف بين البدائل

↳ Relevant Cost are expected future Cost

تكاليف متوقعة في المستقبل

↳ Relevant revenues are expected future Revenues

إيرادات متوقعة في المستقبل

↳ Past Cost (Historical Cost) are never

relevant and are also called sunk cost

لأنها تكاليف لا تؤثر في المستقبل (اعتبار لأنها حدثت في الماضي وتلغى أيضاً)

تكاليف غرقت

### □ Type of information

أنواع المعلومات

↳ Quantitative factor are outcomes that can be measured in numerical terms

العوامل الكمية هي نتائج يمكن قياسها من ناحية عددية



- Qualitative Factors are outcomes that are difficult to measure accurately in numerical terms, such as satisfaction

لأن العوامل النوعية هي نتائج يصعب قياسها بدقة من ناحية القيمة مثل الرضا

- ملاحظة Past (Historical) Cost may be helpful as a basis for making prediction, but However past Cost themselves are always irrelevant when making decisions

لأنه قد تكون التكاليف التاريخية مفيدة كأساس لعمل التنبؤات

لأنه ولكن التكاليف السابقة تكون دائماً غير مؤثرة عند اتخاذ القرار

- Different alternatives can be compared by examining difference in expected ~~the~~ total future Revenues and expected total future Costs.

لأنه يمكن المقارنة بين إجماليات التكلفة من خلال مقارنة الفروق بين إجمالي الإيرادات المستقبلية المتوقعة، والتكاليف المستقبلية المتوقعة

- Not all expected future revenues and expected future Cost are relevant

لأنه ليس كل الإيرادات المستقبلية المتوقعة مؤثرة، والتكاليف المستقبلية ذات صلة



[3]

Expected Future revenues and expected future Cost that do not differ among alternative are **irrelevant**, and hence can be eliminated from the analysis

لأن الإيرادات المستقبلية بتوقعة، والتكاليف المستقبلية بتوقعة، فهي لا تختلف بين البدائل  
لا علاقة لها (irrelevant) وبالتالي يمكن حذفها من التحليل

The key Question is always "what difference will action make"  
لأن السؤال المهم والرئيسي

Appropriate weight must be given to Qualitative and Quantitative factors (**Nonfinancial**)

لأن يجب دلياً إعطاء الوزن المناسب للعوامل النوعية والعوامل الكمية غير المالية

Qualitative factors العوامل النوعية

outcome that are difficult to measure accurately in numerical terms

لأن هذه العوامل النوعية هي نتائج التي يصعب قياسها بدقة من ناحية إحصائية

ex Employee moral مصنفات بكونها

Qualitative Factor and Quantitative nonfinancial Factor are difficult to measure in financial term

لأن ذلك من الصعب قياس العوامل النوعية، والعوامل الكمية غير المالية من الناحية المالية



Ex. XYZ Company Produced 25,000 unit  $\rightarrow x = 6,250,000$   
 selling price 250 per unit

(بالوضع الطبيعي) For Dell  $\rightarrow 250,000 \text{ unit} \times 50 \text{ per unit} = 1,250,000$   
 $\rightarrow 20 \text{ worker} \times 2000 \text{ H per worker} \times 16 \text{ per h} = 640,000$

	Altern. 1 w/o Recg.	Altern. 2 Recg.	Relevant Revenue/Cost Altern. 1 w/o Recg.	Altern. 2
Revenues	6,250,000	6,250,000		
Cost. DL	1,250,000	1,250,000		
DL	640,000	480,000	640,000	480,000
MOH	750,000	750,000		
Marketing	2,000,000	2,000,000		
Reorganization Cost	---	90,000	---	90,000
Total Cost	4,640,000	4,570,000	640,000	570,000
Operating Income	1,610,000	1,680,000	(640,000)	(570,000)
	Difference = 70,000		Difference = 70,000	

XYZ Company decide to make reorganization &+  
 Produced 250,000 unit  $\times 250,000 \text{ per unit} = 6250,000$

For Dell  $\rightarrow$  produced  $\rightarrow 25,000 \text{ unit} \times 50 \text{ per unit} = 1,250,000$

15 workers  $\times 2000 \text{ H per worker} \times 16 \text{ per H} = 480,000$

Reorganization Cost  $\rightarrow$  تكاليف إعادة تنظيم  
 أو إعادة هيكليّة

وهي يمكن أن تكون التكاليف التي سوف تتأثر من حدوث التغييرات، وذلك لإجراء التغييرات



5

د) وکھا سچے ارباً الافہ بعین الاعتبار اد (Qualitative Factor)

التي يمكن ان تؤثر ارباً على النتائج  
والبراداشه

مثلاً ۛ مدی التغير فی نفسیت المولفين الباقيين

بعد توقف 5 مولفين عن العمل  
ومثلاً دکنه سيؤثر ذلك على النتائج

مثلاً ۛ سمعة الشركة في السوق بعد تسويق 5 مولفين  
من العمل

ونبها من العواطف النوعية ۛ تي ريجع قياها رقمياً  
( المؤثرة )



## Terminology مصطلحات مهمة

### Incremental Cost vs Differential Cost

#### Incremental Cost تكاليف زائدة

↳ The additional total Cost incurred for an activity

لـ ما يضاف للتكلفة نتيجة نشاط معين

#### Differential Cost الفرق بالتكلفة

↳ The difference in total Cost between two alternatives

لـ الفرق بين إجمالي التكاليف بين نشاطين مختلفين

لـ يمكن أن يكون الفرق إيجابياً أو سلبياً

### Incremental Revenue vs Differential Revenue

#### Incremental Revenue إيرادات زائدة

↳ The additional total revenue from an activity

لـ ما يزيد من الإيرادات نتيجة نشاط معين

#### Differential Revenue الفرق بالإيرادات

↳ The Difference in total Revenues between two alternatives

لـ وهو عبارة عن الفرق بين إجمالي الإيرادات بين نشاطين مختلفين

لـ يمكن أن يكون الفرق إيجابياً أو سلبياً



7  
Note that Incremental Cost and Differential Cost are sometimes used interchangeably in practice

لأنه في بعض المواقف يتم استخدام (Differ. Cost) و (Incr. Cost) لنفس المفهوم

Some Types of Decision that need to be made  
بعض أنواع القرارات التي يجب اتخاذها

One-time-only special orders  
للمرة واحدة (لمرة واحدة)

مرتبط بـ

Short-run pricing decisions  
للمدة القصيرة من قرارات التسعير

Insourcing VS outsourcing  
للمصادر الداخلية مقابل الخارجية للاستفادة من التكلفة

Make or Buy (اصنعه أو اشتره)

أو الاستفادة من التكلفة، والتسويق داخلياً  
(مقارنة التكاليف الداخلية والخارجية)

Product Mix with Capacity Constraints  
للمزيج الأمثل للمنتجات مع قيود الطاقة

لأنه لا يمكن إنتاج جميع المنتجات في نفس الوقت

Customer Profitability and Relevant Cost  
ربحية العميل والتكلفة ذات الصلة

Branch/segment: adding or discontinuing  
فرع/قطاع: إضافة أو إيقاف



## One time only special orders → (ملبية خاصة) (ملبية خاصة)

الشروط

Accepting or rejecting special orders when there is idle production capacity and the special order have no long run implication

لم يقبل او رفض الملبيات الخاصة عندما لا يكون هناك تأثير طويل المدى على الشركة

ويكون لدى الامكانيات التي لا تستخدم فيها (على امكانيات في وقتها في اشي ثاني)

فيمكن استغلالها بهذه الملبيات الخاصة

Does the special order generate additional operating income?

هل هذه الملبيات ستزيد من الدخل التشغيلي

if Yes → Accept

نقبل

if No → Reject

نرفض

Compares relevant revenues and relevant cost to determine profitability

لم تقارن بين الإيرادات المتعلقة، والتكاليف المتعلقة  
لتعرف الربح



المثال  
Example  
مثال

## Surf Gear Manufacturing Company of Beach towels

شركة تصنيع مناشف الشاطئ

المشكلة

Plant of production Capacity = 45,000 towels each month  
قدرة إنتاجية، إنتاجية الشهرية

Current monthly production = 30,000 towels  
الإنتاجية، (إنتاجية) كل شهر

Azelia is luxury hotel (فندق فاخرة) purchase towels from Mugar Corporation, but the worker on Mugar Corp. are strike (امضرين)

So Azelia must find a new supplier  
لذلك يجب عليهم إيجاد مورد جديد

Azelia Contact with Surf Gear and offers to buy 5000 towels, 11 \$ per towel from them.

Based on The Following → should Surf Gear accept this offer?

?!

مع العلم ان ... ان تكون هذه الخلية مرة واحدة فقط

لا امکانيات له (Surf.G) تصد على قدرتهم على إنتاج 45,000 منشفة  
شاطئ في الشهر الواحد

لا يوجد تكاليف توريد

لا قبول هذه الخلية لا يؤثر على كميات الإنتاج



121

# Special order Decision

(without special order) (with special order) (Different Relevant amount) (5000)

Unit to be sold

Unit to be sold

Special order

	Per unit	Total	Total	Special order 5000
Revenue	20	600,000	655,000	55,000
Variable Cost				
M/cost	7.5	225,000	262,500	37,500
Marketing	5	150,000	150,000	0
T.V.C.	12.5	375,000	412,500	37,500
Contribution M	7.5	225,000	242,500	17,500
Fixed Cost				
M/cost	4.5	135,000	135,000	0
Marketing	2	60,000	60,000	0
Total F.C.	6.5	195,000	195,000	0
Operating Income	1 per unit	30,000	47,500	17,500

$$5000 \times 11 = 55,000$$

$$5000 \times 7.5 = 37,500$$

Accept

No Marketing Cost for special order

Fixed Cost would be unaffected by the special order

لأن إجمالي التكاليف الثابتة لا تتغير مع زيادة الإنتاج

unit



مهم  
 إذا لم تقم *Azelia* بتحديد السعر فما هو أفضل سعر  
 يبيع ان يبيع عليه ؟

إذا كان هناك منافسين في السوق  
 ان نراعي نسبة الزبائن المستر من الربح

لذلك بالتالي الأفضل ان يبيع بـ 7.5 لسوفه، لوامه

2/ إذا لم يكن هناك منافسين في السوق

لذلك يبيع بـ 20 لسوفه (أقل الوفيات، عادية)



Q11-3411 Dimond Corporation produced baseball bats

Selling price = 37<sup>¢</sup> each Bats

Company can produce 54,000 bats per year

	Cost per Bats	x 54,000	Total Cost
D Material	14	x 54,000	756,000
V-D Labor	4		216,000
V-MOH	2		108,000
F-MOH	5		270,000
V-selling expens	2		108,000
F-selling expens	3		162,000
Total Cost	30		1,620,000

Q11 Dimond is currently producing and selling 44,000 bats. At this level of production and selling, Home run Corporation want to place a one time special order for 10,000 bats at 21<sup>¢</sup> each. Dimond will incur no variable selling cost for this special order. Accept or Reject?

Special order

هل يمكننا ان نجيب التكاليف المتغيرة فقط ؟؟؟

Selling price	21
less Variable Cost	
DM	14
MOH	2
DL	4
Contribution M/unit	1

$$10,000 \times 1 = 10,000$$

Operating income ↑

هذا ان الارباح تزيد

Accepted ✓



[13]

Q2) Suppose Dimond is currently producing and selling 54,000 Bats, if Dimond accepts Home run offer it will have to sell 10,000 Bats to its regular customer

Q) on financial consideration, should Dimond accept this special order?

(10,000 of regular sales)			(10,000 of special order)	
Selling price	37		21	
Less V.C/unit				
DM	14		14	
DL	4		4	
MOH	2		2	
<u>Selling</u>	<u>2</u>		<u>1</u>	
CM/unit	15			

$$10,000 \times 15 = 150,000$$

$$10,000 \times 1 = 10,000$$

$$140,000$$

Operating income will Decrease by

if D. Corp. Accepted  
The special order

Q3) on Financial Consideration, at what price would Dimond be indifferent between accepting the special order and continuing to sell to its regular customer at 37 per bats

Regular sales

special order

$$T/CM \rightarrow 10,000 \times 15 = 150,000$$

$$10,000 \times CM/unit$$

$$10,000 \times ? = 150,000$$

$$10,000 \times ? CM/unit$$

$$\frac{150,000}{10,000} = X \times \frac{10,000}{10,000}$$

$$X = 15$$

$$\text{Selling price} - VC = 15 \rightarrow \text{Selling price} = 15 + 20 = 35$$



Q11-35 Fashion Fabrics make pants (بلاطون) from special material.

The pants sells for  $\$142$  per pants  
 A well-known retail establishment has asked Fashion Fabrics to produce 3000 shorts (مشرتا) from the same fabric (ماتيس، اسود، البام).

The Factory has unused Capacity, so the owner of Factory calculates the Cost of making a pair of shorts from the fabric

	<u>Pants</u>	<u>Shorts</u>	
Fabric (6 yds x 12 <sup>مادة قماش</sup>   3 yds x 12 <sup>short</sup> )	72	36	
Variable DL	20	10	الشورت
Variable MOH	8	4	ياض نفعت
Fixed M/Cost allocated	15	9	المواد والتكاليف
			من البكال
<u>Total M/Cost</u>	<u>115</u>	<u>59</u>	

11 @ Suppose F. Fabric can acquire all the fabric that need, what is the minimum price that the Company should charge for shorts?

← نأخذ بعين الاعتبار فقط التكاليف المتغيرة

$$(36 + 10 + 4) = \underline{\underline{50}}$$

minimum price



Q2) suppose that the fabric is in short supply. Every yard of fabric fashion uses to make shorts will reduce the pants that it can make and sell.

What is the minimum price the company should charge for shorts?

لدى مصنع الثوب بألف زنت الكمية التي يمكنها إنتاجها من  
مواد الخام

لدى مصنع 3000 زوج من السراويل عن 1500 بنطلون

1500 Pants profitability?

↓

selling price = 142

- variable cost = 72

20

8

Cell/unit 42

$$42 \times 1500 = 63,000$$

selling price per short?

$$\text{Cell/unit} \times 3000 = 63,000$$

$$\text{Cell/unit} = 21$$

$$21 = \text{selling price} - \text{V.C}$$

$$21 = ? - 50$$

$$+ 50 \quad + 50$$

$$\text{selling price} = 71$$



## □ Insourcing vs Outsourcing and Make or Buy Decision

□ **insourcing** → mean that you will produce the good and provide the service within the organization

له الاعتقاد بشكل كامل على موارد المنشأة لإنتاج  
بموجودة داخل المنشأة لتوفير الخدمة  
الداخلية

□ **outsourcing** → is purchasing good and service from outside vendors

له الاعتقاد على مصادر خارجية لتوفير الخدمة  
له انتاج خارجي

↳ Decision about wheather to insourcing or outsourcing are Called **Make or Buy Decision**

له ثمة قرارات تتعلق بالاعتماد على المصادر  
والموارد الداخلية أو المصادر الخارجية ب  
اتخاذ أو شراء القرار

في ما هو الأفضل؟ → insourcing or outsourcing

له هذا يعتمد على الظروف والنتائج

□ Opportunity Cost are the Contribution to operating income forgone by not using a limited resources in its next-best alternative use

له تكاليف الفرصة هي المساهمة في الدخل التشغيلي يتنازل عنه  
بعدم استخدام مورد محدود في الاستخدام البديل التالي  
الأفضل



### □ Decision rule 8 قاعدة القرار

↳ Select the Option that will provide the firm with the lowest Cost, and therefore the highest profit

له يعني تحديد الخيار الذي سيوفر للشركة اقل تكلفة وبالتالي اعلى ربح

### □ Same as special order مثل الطلبات الخاصة

↳ Choose the alternative that maximize operating income

له اختر البديل الذي يزيد الدخل التشغيلي

Example → st Soho Company, Manufacturer a two-in-one video system consisting of DVD player and digital media receiver

↳ Soho plans to manufacture the 250,000 units in 2,000 batches (دفعات) of 125 unit each

↳ Direct material = 36 per unit

↳ Direct Labor = 10 per unit

↳ Manufacturer OH = 6 per unit

فهم ↳ variable and Fixed manufacturer overhead Cost  
 =  $\underbrace{750,000}_{F. MOH} + \underbrace{625}_{V. MOH} \text{ per Batch}$

↳ Fixed Manufacturer overhead Cost of plant (بمبلغ ثابت)  
 $12,000 \times 250 = 3,000,000$



	Expected Cost Per unit	Expected total Cost of producing 250,000 unit in 2000 Batches
• D-Material (V)	36	9,000,000
DL labor (V)	10	2,500,000
MOH (V)	6	1,500,000
MOH (V+F) $750,000/625$	8	2,000,000 $(750,000 + (625 \times 2000))$
MOH of Plant (F)	12	3,000,000
<u>Total Manufacturing Cost</u>	<u>72</u>	<u>18,000,000</u>

→ Broadfield manufacturer Corp, offer to sell soho  
250,000 DVD player next year for 64 per unit

	Total Relevant Cost		Relevant Cost per unit	
	make	Buy	make	Buy
outside purchase	£	16,000,000		64
DM	9,000,000	$(64 \times 250,000)$	36	
DL	2,500,000		10	
V MOH	1,500,000		6	
MOH (F+V)	2,000,000		8	
<u>T. Relevant Cost</u>	<u>15,000,000</u>	<u>16,000,000</u>	<u>60</u>	<u>64</u>
		$1,000,000$		$(-)$
Difference Between Pavers		1,000,000		4



بیکل آؤ	Relevant Cost	Make	Buy
	<u>Cost</u>	15,000,000	16,000,000
	<u>Fixed MOH</u>	3,000,000	3,000,000
	<u>Total Cost</u>	18,000,000	19,000,000
		1000,000	1000,000

سے کہہ سکتے ہیں اس قدر فی عملیہ ان بیچ و خرید (صرف) 1000,000 سے  
 کہ ان کے وہ بڑے التکلف د قبول کریں

سے کہہ سکتے ہیں اس قدر فی عملیہ ان بیچ و خرید (صرف) 1000,000 سے  
 کہ ان کے وہ بڑے التکلف د قبول کریں

سے کہہ سکتے ہیں اس قدر فی عملیہ ان بیچ و خرید (صرف) 1000,000 سے  
 کہ ان کے وہ بڑے التکلف د قبول کریں

اذا (مہٹیا) ؟ کہہ سکتے ہیں اس قدر فی عملیہ ان بیچ و خرید (صرف) 1000,000 سے  
 کہ ان کے وہ بڑے التکلف د قبول کریں



→ if soho decides to buy DVD players for its video system from Broadfield, then soho best use of the capacity that become available is to produce 100,000 Digitek's  
 ↳ Digitek's are similar to DVD player made for video system

↳ The estimate revenue and cost if soho decide to produce and sell Digitek's

incremental future Revenue	8000,000
incremental future Cost	
Dell	3,400,000
DL	1,000,000
VMOH	600,000
material-and setup overhead	500,000
Total incremental future Cost	(5,500,000)
Incremental future operating income	2,500,000

### Relevant Items

if we Buy a video system  
 DVD and make Digitek's

Total incremental future Cost of Buy 16000,000

Deduct ~ Total incremental future Revenue from produce and sell Digitek's 2500,000

Total Relevant Cost under total alternative approach 13,500,000

accept and produce Digitek's



## Opportunity Cost Approach to Make or Buy Decisions

هذا شكل آخر لـ (تقريباً) لاتخاذ القرار

Make video system  
DVD player

Total incremental future cost of making video system DVD player

15,000,000

+ Opportunity Cost: profit Contribution forgone

2,500,000

Total Relevant Cost under Opportunity Cost approach

17,500,000

Why opportunity cost? Because capacity will not be used to make Digiteks

لأنه يعني أن القدرة الإنتاجية لـ Digiteks لن تُستخدم وبالتالي سنذهب فُرصة تقليل التكاليف في تلك الفترة  
معارف

(( يعني ربح خائفة ))

عندما نستسلم للهريقين للوهول نفس النتيجة



## Qualitative Factor

Quality requirement

جودة و كفاءة المنتج

Reputation of outsourcer

سمعة المورد الخارجي

employee moral

معنويات الموظفين

logistical Consideration

اعتبارات لوجستية

ex: Distance from plant

بالتفصيل من المصنع

For make/buy decisions, buying can be risky especially if sourcing internationally

لأن اتخاذ قرارات الشراء/ التصنيع يمكن أن يكون  
الشراء مصحوف بالمخاطر خاصة إذا كان الشراء دولياً



## Product Mix Decisions with Capacity Constraints

Product mix decision are decision managers make about ~~cost~~ which product to sell and in what quantity

لم عندما تكون امكانيات الشركة محدودة وتنتج اكثر من منتج وتحتاج لشغل اي منتج تخرج وتبيع اكثر من المنتج اذ في لتحقيق ربح اكبر

Decision rule

Choose the product that produces the highest Contribution margin per unit of the Constraining resources " not the highest Contribution margin per unit of the product "

لم اختر المنتج الذي ينتج أعلى هامش

مساهمة لكل وحدة من المورد النقي

اوليس اعلى هامش مساهمة لكل وحدة من المنتج

في بعض الوددة الوحدة من المورد كم مورد

على الارباح اذا انفسه المنتج

و منتج به

Example →

	Product A	Product B
selling price	10	30
V- Cost per unit	6	15
Contribution Margin / unit	4	15
Contribution Margin percentage	40%	50%
Machin- Hours Required / unit	0.5	3.0
Contribution Margine / Machin Hours	8\$	5\$



Contribution  $\text{M}/\text{unit}$  در دست از بهاء اقرار لها ۸ پیغام علی ار

Contribution  $\text{M}/\text{per Constraint Resources}$  (Machine hours)  
 لیبل اذبح پیغام علی ار  
 مع الیاء ۸ پیغام علی ار

For product A =  $\frac{4}{0.5} = 8 \text{ \$}$

For product B =  $\frac{15}{3} = 5 \text{ \$}$

80

expected Demand بین اختیار ال

Ex. total Available Machine hours/month = 600 M-H

↳ No limited Demand

کم به ان پیغام A و B ؟

↳ we should only produced A  $\leftrightarrow$  Excess اکثر  $\leftrightarrow$  No limited Demand

=  $\frac{600}{0.5} = 1200 \text{ unit}$

Ex. For (A) 800 unit will be sold per month (maximum)

کم به ان پیغام A و B ؟

A =  $800 \times 0.5 = 400 \text{ Hours}$

$600 - 400 = 200$

B =  $\frac{200}{3} = 66.67 \text{ unit} \rightarrow 66 \text{ unit}$



## □ Customer Profitability and Relevant Costs

→ when the Cost object is a Customer, managers must decide about adding or dropping the Customer

لأنه لا يكون غير متكلفه عميل  
يجب ان يقرر هل يضيفه ام لا

→ **Decision rule** → Does adding or dropping a Customer add operating income to the firm?

هل كل إضافة او إسقاط عميل  
يضيف دخل تشغيلي للشركة؟

if Yes → Add or don't drop  
if No → drop or don't add

→ Decision based on **incremental income** of the Customer, not how much revenue a Customer generate

لأنه يعتمد القرار على الدخل الإضافي للعميل، وليس مقدار الإيرادات التي تحققها العميل

قاعدة مفه

if  $\text{Avoidable Cost From Dropping Customer} > \text{total Revenue From the Customer}$   
Drop ✓

if  $\text{Avoidable Cost From Dropping Customer} < \text{total Revenue From the Customer}$   
Don't Drop X



## Example 2

	Customer			
	Vogel	Brenner	Wisk	Total
Revenues	500,000	300,000	400,000	1,200,000
COGS	(370,000)	(220,000)	(330,000)	920,000
handling labor	(41,000)	(18,000)	(33,000)	92,000
handling labor writeoff Dep	(12,000)	(4,000)	(9,000)	25,000
Rent	(14,000)	(8,000)	(14,000)	36,000
Marketing support	(11,000)	(9,000)	(10,000)	30,000
Sales & Delivery proc.	(13,000)	(7,000)	(12,000)	32,000
General Admins.	(20,000)	(12,000)	(16,000)	48,000
Allocated-office Cost	(10,000)	(6,000)	(8,000)	24,000
Total Cost	491,000	284,000	432,000	1,207,000
Operating income	9000	16,000	(32,000)	

→ Avoidable Cost From dropping wisk

$$= 330,000 + 33,000 + 10,000$$

$$= 373,000$$

Avoidable Cost  
From Drop

&lt;

Revenue From wisk

373,000

&lt;

400,000

→ if we Drop wisk → operating income  
will Decrease by 27,000 \$  $\leftrightarrow (373,000 - 400,000)$

Don't  
Drop



## Example ②

↳ Irving Corporation run two stores, Medfield and Oakland

	<u>Medfield</u>	<u>Oakland</u>
Revenues	2,100,000	1,700,000
Operating Cost		
COGS	1,500,000	1,310,000
Operating Cost	180,000	170,000
Lease Rent	160,000	155,000
Dep. equipment	50,000	40,000
Allocated overhead	90,000	75,000
<u>Total operating Cost</u>	<u>1,980,000</u>	<u>1,750,000</u>
<u>Operating income</u>	<u>120,000</u>	<u>(50,000)</u>

↳ instead of closing the Oakland store, Corporation is thinking of opening another store (XYZ) with revenue and cost identical to the Oakland store. including a cost of 40,000 to acquire equipment with one year useful life and zero Residual value, opening this store will increase Corporate overhead cost by 10,000

⇒ should Irving Corporation open another store like Oakland store or not?



(28)

Increase  
in RevenueIncrease  
in Cost

1,700,000

COGS

1,310,000

V-Op/Cost

170,000

New equip

40,000

Corp. overhead

10,000

Total

1,700,000

1,530,000

 $\uparrow$  Revenue  $>$   $\uparrow$  Cost

Yes, Add new store  $\rightarrow$  operating income  
will increase by

$$= 170,000 \leftarrow (1,700,000 - 1,530,000)$$