

# The Beginning of 9-Ending Prices

Daniel Geller

Bar-Ilan University

Daniel Levy

Bar-Ilan University, Emory University, ICEA, ISET at TSU, and  
RCEA

Robert Schindler

Rutgers University

*40<sup>th</sup> Annual Conference of the IEA, Reichman University*

*June 27, 2024*

אוניברסיטת  
בר-אילן  
Bar-Ilan University





Manager's Special  
YAM-COSTA RICA  
**\$1.99**  
L.B.

Manager's Special  
YAM-JUMBO  
**79¢**  
L.B.

Manager's Special  
CABBAGE-CHINESE  
**\$1.29**  
L.B.

Manager's Special  
CABBAGE-SAVOY  
**\$1.29**  
L.B.

Manager's Special  
CABBAGE-RED  
**\$1.29**  
L.B.

Manager's Special  
CABBAGE-GREEN  
**79¢**  
L.B.



2.99

2.99

2.99

3.59  
2.99

3.59  
2.99

3.59  
2.99

3.59  
2.99

2.99

2.99

2.99

2.99

3.79  
2.99

3.79  
2.99

3.59  
2.99

3.59  
2.99

2.99



iPhone 12

From

**\$599**



iPhone 13

From

**\$599**



iPhone 14

From

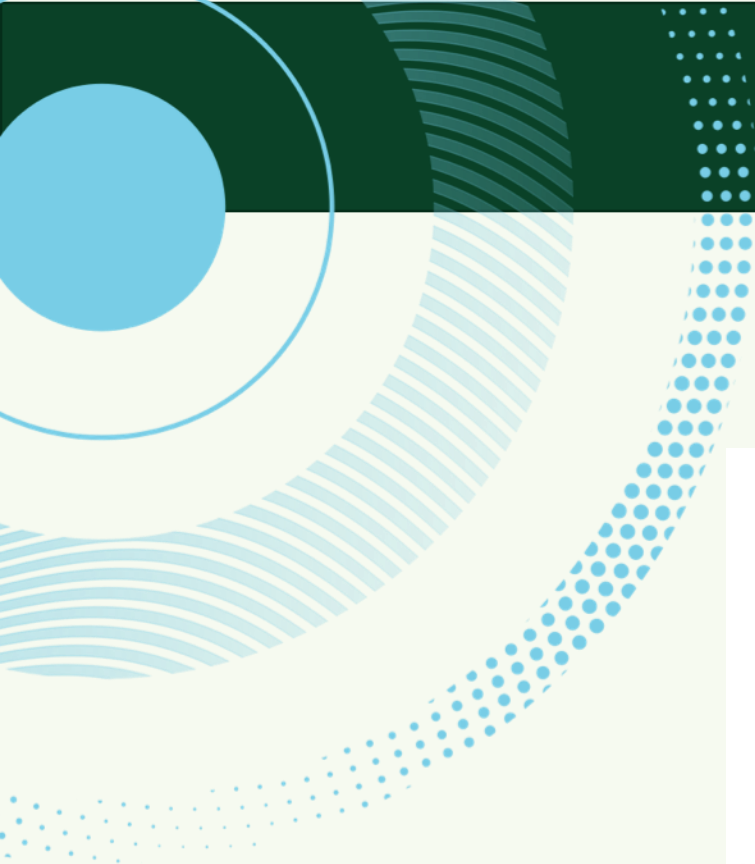
**\$799**



iPhone 14 Pro

From

**\$999**



### Cub FOODS

**Cub Fresh Meat**

3 <sup>68</sup> lb Hormel Always Tender Fresh Pork Chops	2 <sup>59</sup> lb Fresh 85% Lean Ground Beef	3 <sup>99</sup> lb Johnsonville's Premium U.S.D.A. Choice Black Angus Boneless Sirloin Roast	3 <sup>28</sup> lb USDA CHOICE RANCHER'S PREFERRED BLACK ANGUS BEEF RAISED IN THE HEARTLAND OF AMERICA.
6 <sup>29</sup> lb Hormel's Fresh Ham or Choice Beef Roast	3 <sup>18</sup> Johnsonville Breakfast	4 <sup>99</sup> Delimex Taquitos	
2 <sup>4</sup> Cesar Mager Lunchables	3 <sup>29</sup> Johnsonville Turkey Pals	2 <sup>88</sup> State Fair Corn Snaps	
2 <sup>4</sup> Cesar Mager Lunchables	2 <sup>98</sup> Johnsonville Smoked Brisket	3 <sup>99</sup> Fruit & Nut Extrs	
5 <sup>99</sup> Fresh Tostitos	6 <sup>99</sup> ARIZONA Tostitos	3 <sup>99</sup> Cub Bag	2 <sup>8</sup> Cub Tostitos

**Seafood**

### Dominick's

5 <sup>99</sup> lb Rancher's Reserve New York Strip	1 <sup>99</sup> lb Fresh 85% Lean Ground Beef	2 <sup>49</sup> lb Pork Loin Chops
3 <sup>29</sup> Pork Chops	1 <sup>99</sup> Boneless Beef	4 <sup>99</sup> Boneless Pork
3 <sup>49</sup> Boneless Beef Cube Steaks	6 <sup>99</sup> Beef Ribs	2 <sup>99</sup> Pork Loin
3 <sup>99</sup> Whole Beef Top Sirloin	2 <sup>99</sup> Pork Spareribs	3 <sup>99</sup> Chicken Carbon Blue
		4 <sup>29</sup> Jumbo O-Turkey Steaks
		4 <sup>79</sup> Smart Chicken Boneless Skinless Breast Tenderloins

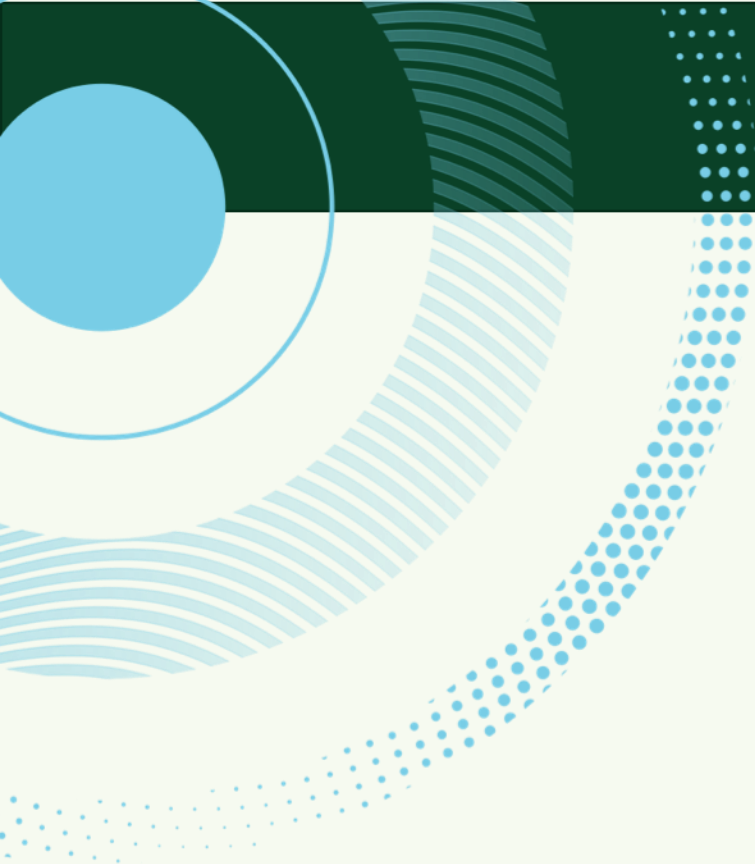
**At Your Table**

5<sup>99</sup> lb  
Cub's Choice

**Service Deli**

5<sup>99</sup> lb  
Cub's Choice





**Fantom External Hard Drive = \$149.99 - Message (HTML)**

File Edit View Insert Format Tools Actions Help

Reply Reply to All Forward

Click here to turn on links. To help protect your security, links are turned off in this message.

From: Buy.com [BUY.COM\_Tech\_Offers@enews.buy.com] Sent: Mon, 10/11/05 10:00 AM  
To: dlee@csom.umn.edu  
Cc:  
Subject: Fantom External Hard Drive = \$149.99

---

**Buy.com**  
The Internet Superstore

**Technology Specials** at Buy.com

computers electronics cellular digital cameras networking music dvds books games sports toys bags

SEARCH Search Buy.com GO

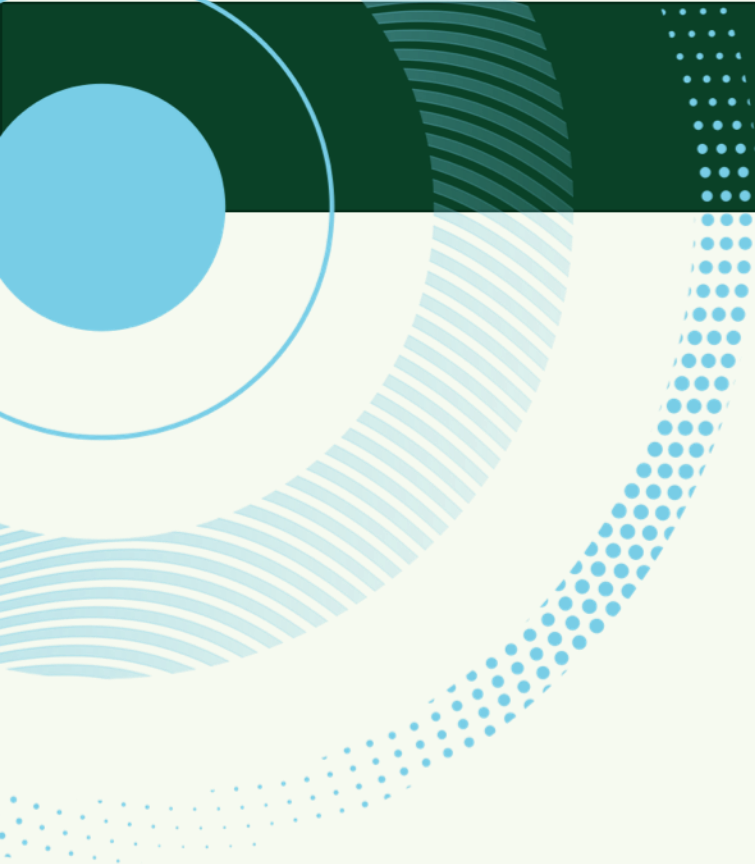
\*Some restrictions apply. See site for details.

**E-mail Ads!**

**Fantom Titanium 300GB USB 2.0 External Hard Drive**  
limited quantities  
Here's a hot new model that's turning heads. It can be yours if you act fast, because there are only a few in stock! Fantom Drives Titanium USB 2.0 Hard Drive has the most affordable storage solution for USB enabled computers. The slick, durable and compact design assures safety and security for your data, even on the go.  
[more info](#)  
**\$149<sup>99</sup>**  
BUY NOW

**Top-Sellers**

<b>Altec Lansing iPod inMotion Speaker System</b> Portable Audio Headphones LIST PRICE: \$149.95 <b>\$59<sup>99</sup></b> <a href="#">more info</a>	<b>Buffalo TeraStation 1.6TB NAS-RAID 1.0 &amp; 5 Bay</b> LIST PRICE: \$2,499.00 <b>\$1,399<sup>99</sup></b> <a href="#">more info</a>
<b>IO Data 250GB USB 2.0 Hard Drive</b> LIST PRICE: \$249.95 <b>\$99<sup>99</sup></b> <a href="#">more info</a>	<b>EPSON Stylus i620 All-in-One Photo Printer</b> After \$99.00 Mail-in Rebate <b>\$169<sup>99</sup></b> <a href="#">more info</a>




Canon PowerShot SD550 - Compare Prices at Online Stores at BizRate - Microsoft Internet Explorer

Address: http://www.bizrate.com/digitalcameras/pid341647221/compareprices.html

### Canon PowerShot SD550

Compact / Small Digital Camera - For Beginner, Intermediate, Traveler Users - 7.4 Megapixels - 3 X Optical Digital Zoom - Storage: SD/MMC Card - 2.5 in LCD Screen - Built In Flash - Video Format: AVI, MJPEG



Capture every moment of a scuba diving adventure with this underwater digital camera. This Canon PowerShot offers a high resolution of 7.1 megapixels and comes equipped to handle any digital photography condition, including...

Enlarge Image

Overall Product Rating: ★★★★★  
Price Range: \$336 to \$450 at 59 stores

# Shopbots!

Write a review  
Digital Cameras Buying Guide

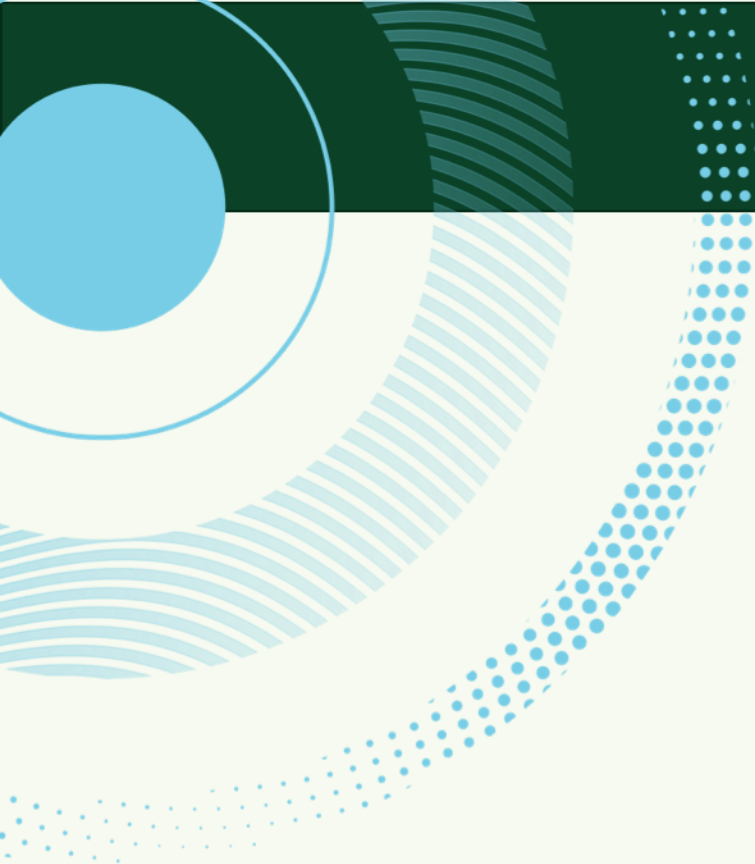
**BizRate** shopping search

Found at 59 stores

Store Ratings: 🌟 = Outstanding 😊 = Good 😊 = Satisfactory 😞 = Poor

Sort by Store Name	Sort	Sort by Price	
Featured Store Customer Certified <b>TigerDirect.com</b>	OVERALL RATING 😊 <a href="#">Read 225,000+ reviews</a>	NOTES FROM THIS STORE • In Stock • Same day shipping	Want to know tax & shipping costs? Enter your ZIP code <input type="text"/> <input type="button" value="Calculate"/> <small>* Standard shipping by UPS ground or similar. Rush shipping may be higher. Check site for special shipping promotions.</small> <b>\$399.00</b>
Featured Store Customer Certified <b>buydig.com</b>	OVERALL RATING 😊 <a href="#">Read 100,000+ reviews</a>	NOTES FROM THIS STORE • In Stock • Authorized dealer • Kit special	<b>\$379.00</b>
Featured Store Customer Certified <b>circuit city</b>	OVERALL RATING 😊 <a href="#">Read 775,000+ reviews</a>	NOTES FROM THIS STORE • In Stock	<b>\$404.99</b>
Featured Store Customer Certified <b>Tri State Camera</b>	OVERALL RATING 😊 <a href="#">Read 5,000+ reviews</a>	NOTES FROM THIS STORE • In Stock	<b>\$373.99</b>
Featured Store Customer Certified <b>OnSale</b>	OVERALL RATING 😊	NOTES FROM THIS STORE • In Stock	<b>\$379.00</b>





戴爾公司 (Dell Inc.) - 筆記簿型電腦, 桌上型電腦, 工作站, 伺服器 and 儲存設備 - Microsoft Internet Explorer


File Edit View Favorites Tools Help Links

**得最高 HK\$2600 現金折扣並免費升級至 512MB 記憶體!**

適用於本周指定 Inspiron™ 630m 或 710m 筆記簿型電腦 - 只剩一天 (有效日期至 3/2/2006) [詳細資料](#)

**網上購買立即獲得最高 HK\$3100 現金折扣並免費升級至 DVD-RW!**


適用於本周指定 Inspiron™ 6000 或 710m 筆記簿型電腦 - 只剩一天 (有效日期至 3/2/2006) [詳細資料](#)



戴爾的筆記簿型電腦, 極其纖巧輕便, 充分發揮自由流動性的同時, 性能表現卻沒有讓步。

起價 **HK\$6,699**  
本價格已含所有現金折扣 每位客戶最多只能購買5台機器


[詳細資料](#)



您的筆記簿型電腦, 已經變成了一個流動多媒體中心, 無論是播放影像, 音樂或遊戲, 表現皆再進一步。

起價 **HK\$7,299**  
本價格已含所有現金折扣 每位客戶最多只能購買5台機器

[詳細資料](#)



能滿足您對電腦及工作效率的所有基本要求, 包括電郵、網上瀏覽、文字處理等。

起價 **HK\$4,999**  
本價格已含所有現金折扣 每位客戶最多只能購買5台機器


[詳細資料](#)

多媒體高性能

精巧便攜

輕薄主流移動


經濟入門



**Inspiron™ 6000**  
 · 英特爾® 迅馳® 移動技術- Intel® Pentium® M 處理器 740 - Intel® PRO/Wireless 2200 802.11b/g 54Mbps Mini-PCI Wireless Card  
 · Genuine Windows® XP Home Edition (繁體中文版)  
 · 512MB DDR2 533MHz 記憶體 (2 x 256MB)  
 · 15.4吋 Wide Aspect XGA TFT 顯示屏  
 · 60GB\* 硬碟, 5,400rpm  
 · 網上購買即可獲得HK\$2700 現金折扣 + 免費升級至 DVD-RW

E-Value編號 N540211


起價 **HK\$11,099**  
**HK\$8,399**  
本價格已含所有現金折扣 每位客戶最多只能購買5台機器



**Inspiron™ 710m**  
 · 英特爾® 迅馳® 移動技術- Intel® Pentium® M 處理器 735 - Intel® Pro/Wireless 2200 Network Connection (802.11b/g)  
 · Genuine Windows® XP Home Edition (繁體中文版)  
 · 256MB 333MHz 記憶體  
 · 12.1吋 Wide Screen Crystal-Clear WXGA 顯示屏 (1280x800)  
 · 40GB\* Ultra ATA 硬碟  
 · 網上購買即可獲得HK\$2600 現金折扣+免費升級至512MB 記憶體

E-Value編號 N540207


起價 **HK\$9,599**  
**HK\$6,999**  
本價格已含所有現金折扣 每位客戶最多只能購買5台機器



**Inspiron™ 630m**  
 · 英特爾® 迅馳® 移動技術- Intel® Pentium® M 處理器 740 - Intel® PRO/Wireless 2200 802.11b/g 54Mbps Mini-PCI Wireless Card  
 · Genuine Windows® XP Home Edition (繁體中文版)  
 · 256MB DDR 333MHz 記憶體  
 · 14.1英寸 WXGA TFT 顯示屏  
 · 40GB\* Ultra ATA 硬碟 (5400rpm)  
 · 網上購買即可獲得HK\$2100 現金折扣+免費升級至512MB 記憶體

E-Value編號 N540204

起價 **HK\$8,799**  
**HK\$6,699**  
本價格已含所有現金折扣 每位客戶最多只能購買5台機器 只剩一天 (有效日期至 3/2/2006)



**Inspiron™ 1300**  
 · Intel® Celeron® M 處理器 360  
 · Genuine Windows® XP Home Edition (繁體中文版)  
 · 256MB 雙通道 DDR2 SDRAM 400MHz  
 · 14.1英寸 WXGA TFT 顯示屏  
 · 40GB\* Ultra ATA 硬碟  
 · 網上購買即可獲得HK\$1000 現金折扣

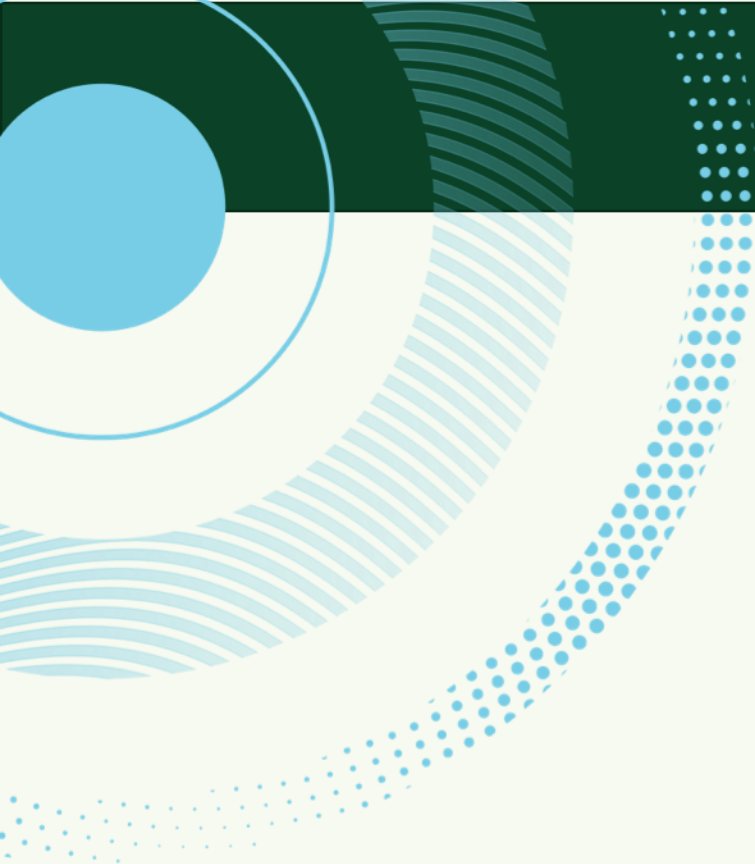
E-Value編號 N540201

起價 **HK\$5,999**  
**HK\$4,999**  
本價格已含所有現金折扣 每位客戶最多只能購買5台機器 只剩一天 (有效日期至 3/2/2006)

# DELL Hong Kong







Dell Singapore HOME & HOME OFFICE

Desktops | Notebooks | Handhelds | Monitors | Software & Peripherals | Support & Services | Purchase Help

BACK TO: Singapore > HOME & HOME OFFICE




**GET 25% DISCOUNT when you upgrade to 1-Year CompleteCover™ + 1-Year Helpdesk!** More Details

### Dell™ Notebooks

**LAST DAY ONLINE ONLY SPECIAL!**  
**Get Additional FREE DELIVERY!**  
on selected Dimension™ Desktops and Inspiron™ Notebooks purchased ONLINE!  
Hurry, valid till this Friday - 03/02/2006!

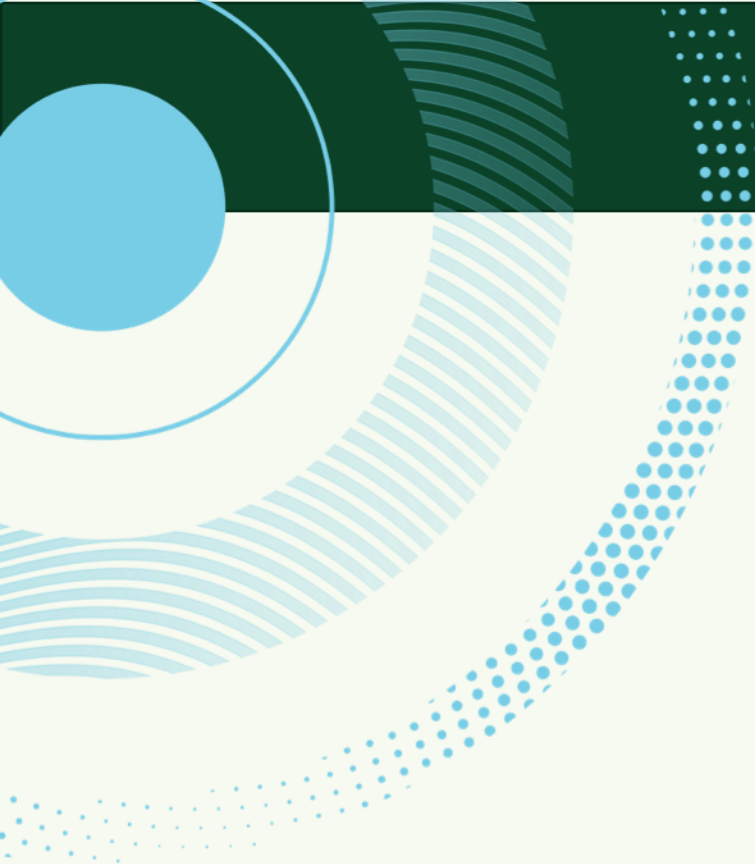
Are you after a certain notebook model?  
Choose a Notebook

Browse and Buy a Dell Notebook

	Mobility	Performance	Essentials
<b>Special Offers</b> <a href="#">View All</a>	 <p>The major advantage of choosing a notebook is mobility. Dell's slimmest and lightest notebooks offer freedom without compromising performance.</p>	 <p>Turn your notebook into a portable multimedia centre. Advanced performance means more power for video, music and gaming.</p>	 <p>Meet all of your basic computer and personal productivity needs including e-mail, Web surfing, word processing and more.</p>
<ul style="list-style-type: none"><li><b>3 Days Online Only Specials : Get Additional FREE Delivery! Ends this Friday!</b> Available on selected Inspiron™ Notebooks. Expires on 03/02/2006 <a href="#">More Details</a></li><li><b>Buy Online Only: Get S\$200 Cash Off and FREE Upgrade to DVD+RW Drive</b> Available on selected Inspiron™ Notebooks. Expires on 03/02/2006 <a href="#">More Details</a></li><li><b>24 WIDESCREEN LCD MONITOR. Get S\$329 Cash OFF - ONLINE ONLY.</b> Expires on 03/02/2006 <a href="#">More Details</a></li></ul>	From <b>S\$1,599</b> Includes cash off <a href="#">More Details</a>	From <b>S\$1,999</b> Includes cash off <a href="#">More Details</a>	From <b>S\$1,199</b> Includes cash off <a href="#">More Details</a>

# DELL Singapore





4년 연속 세계 PC 판매 1위 (출처: IDC, 2005 Q3) - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Links

### 노트북 바로 보기

노트북 바로 보기

노트북 모든 제품 비교하기 상세 정보 보기

### 온라인 특별 행사 전체보기

- 512MB 메모리 및 60GB 하드로 무료 업그레이드 + 온라인 한정 4만4천원 off!  
일부 Inspiron 노트북 온라인 구매시 한정 3일 남았습니다!  
▶ 자세히 보기
- 최고 1GB로 무료 메모리 업그레이드 + 온라인 한정 최고 10만1천9백원 off!  
일부 Inspiron/Latitude 노트북 온라인 구매시 한정 3일 남았습니다!  
▶ 자세히 보기

### 이벤트 추천 제품

제품명	특징	제품코드	가격
Latitude™ D810	80GB 하드 드라이브, 15.4"	N740186	1,483,900 원
Inspiron™ 630m	512MB 메모리, 14.1"	N540167	1,098,900 원
Inspiron™ 1300	셀러론 무선, 14.1"	N540111	768,900 원

제품 가격: 1,483,900 원  
온라인 할인가격: 1,483,900 원  
10% 부가세 포함  
3일 남았습니다!

제품 가격: 1,098,900 원  
온라인 할인가격: 1,098,900 원  
10% 부가세 포함  
3일 남았습니다!

제품 가격: 798,900 원  
온라인 할인가격: 768,900 원  
10% 부가세 포함  
3일 남았습니다!

### 필요하신 용도의 노트북을 선택하세요

카테고리	가격
초경량 노트북	1,362,900 원부터
멀티미디어 노트북	1,098,900 원부터
실속형 노트북	768,900 원부터

10% 부가세 포함

10% 부가세 포함

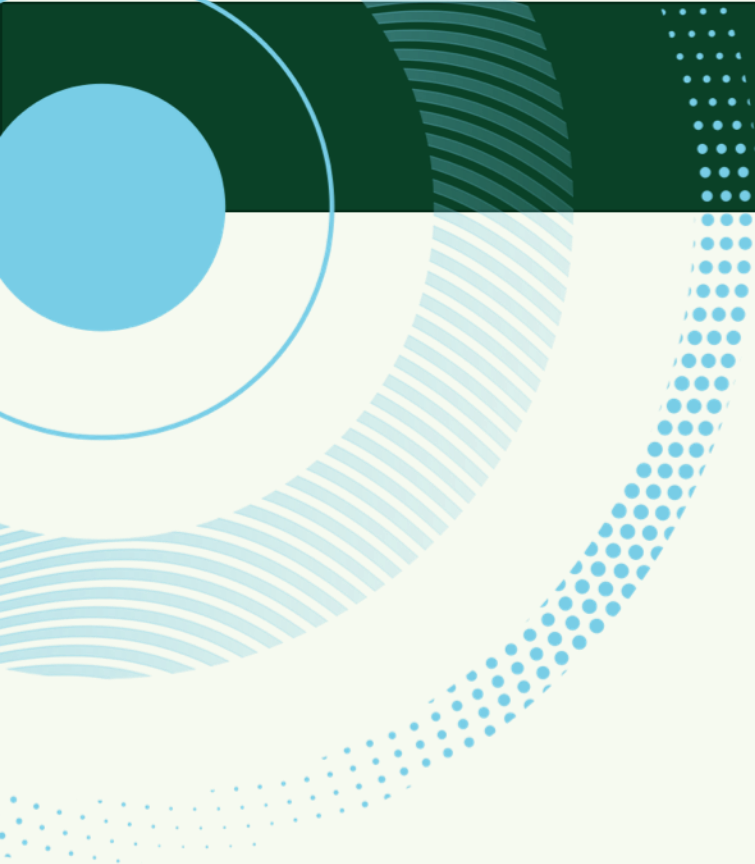
10% 부가세 포함

### 기타 정보

Intel Pentium M 이 프로세서는 가볍고 세련된 노트북에 뛰어난 성능과 저전력 기능을 제공해 줍니다.

DELL  
Korea





Dell Home Systems Notebooks - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

**DELL**™ USA Home & Home Office

Advanced Search Search

Desktops Notebooks Printers Electronics & Accessories Dell Outlet Service & Support Purchase Help

BACK TO: USA > Home & Home Office > Notebooks starting at \$499

**Notebooks**

**FREE 3-5 Day Shipping & Up to \$300 Instant Savings!**

With ONLINE purchase of select new Inspiron notebooks. \$24 handling charge applies. Hurry, select offers end Thursday!

**Notebook Quickfind**

Notebook Quickfind

**Compare All Dell Notebooks**  
More Details

**Notebooks Comparison**

View Complete Chart with More Details

**Compare Notebook Lines**

Included Upgrade N/A

Feature	XPS	Ent.	Basic
Web Surfing and E-Mail capabilities	✓	✓	✓
Intel® Pentium® M Processor	✓	✓	•
Intel® Centrino® Mobile Technology	✓	✓	•
High-Resolution LCD and UltraSharp™ Displays	•	•	•
Front-Side Multimedia Control Buttons	✓	✓	•
Advanced Graphics for Gaming	•	•	•

**Dell Notebooks**

**XPS**  
**The Ultimate Notebook Experience**

- Includes Award-winning, high performance notebooks
- Leading-edge technology for the ultimate multimedia or gaming experience
- Specially trained XPS service & support teams

Featured at **\$899**  
New Low Price!

Choose

**Entertainment**  
**Digital-Entertainment Notebooks**

- Includes Award-winning notebooks for mainstream entertainment and productivity
- Fast (Intel Pentium Processor) customizable and wireless-ready
- Great for music, photos, movies and more

Featured at ~~\$849~~  
**\$699**  
After \$150 Off Instantly!

Choose

**Basic**  
**Entry-Level Notebooks**

- Outstanding entry-level value for day-to-day tasks

Featured at ~~\$599~~  
**\$499**  
After \$100 Off Instantly!

Choose

**Welcome to Home & Home Office**

Login or create an account to personalize your experience

Contact Us

My Account

E-mail address

Password

Sign In

Create An Account

Forgot Password?

My Cart

My Wish List

Dell Financing

Order Status

Return Help

**Essentials Links**

- Basic Desktops
- Entertainment Desktops
- XPS Desktops
- Basic Notebooks
- Entertainment Notebooks
- XPS Notebooks
- Dell TVs
- Dell Printers
- Electronics & Accessories
- Gaming
- Awards

DELL USA

Internet



# מסיום המחירים עם סיומת 9 - לתחילת המחירים עם סיומת 9

כתבנו מאמר קצר על **סיום המחירים עם סיומת 9** (בהקשר הישראלי)

Economics Letters 155 (2017) 157–163



Contents lists available at ScienceDirect

Economics Letters

journal homepage: [www.elsevier.com/locate/econlet](http://www.elsevier.com/locate/econlet)



**End of 9-endings**, price recall, and price perceptions<sup>☆</sup>

Avichai Snir<sup>a</sup>, Daniel Levy<sup>b,c,d,\*</sup>, Haipeng (Allan) Chen<sup>e</sup>

<sup>a</sup> Department of Banking & Finance, Netanya Academic College, Netanya 42365, Israel

<sup>b</sup> Department of Economics, Bar-Ilan University, Ramat-Gan 52900, Israel

<sup>c</sup> Department of Economics, Emory University, Atlanta, GA 30322, USA



ולכן חשבנו שצריך לכתוב עבודה גם על תחילתם של המחירים עם סיומת 9

**The Beginning of 9-Ending Prices** - וזוהי העבודה הנוכחית



לסיומת 9 במחיר - יש השפעה פסיכולוגיות על תפיסת המחיר. זה מנוצל ע"י המשווקים כדי להשפיע על החלטות הצרכנים, ע"י שימוש במחירים המסתיימים ב- 9 להגדלת המכירות.

בספרות, מחירים כאלה מכונים בשלל שמות:

## Psychological Prices

Charm Prices

Rule-of-Thumb Prices

## 9-Ending Prices

Magic Prices

Odd Prices

## Just Below Prices

Intuitive Prices

Attractive Prices

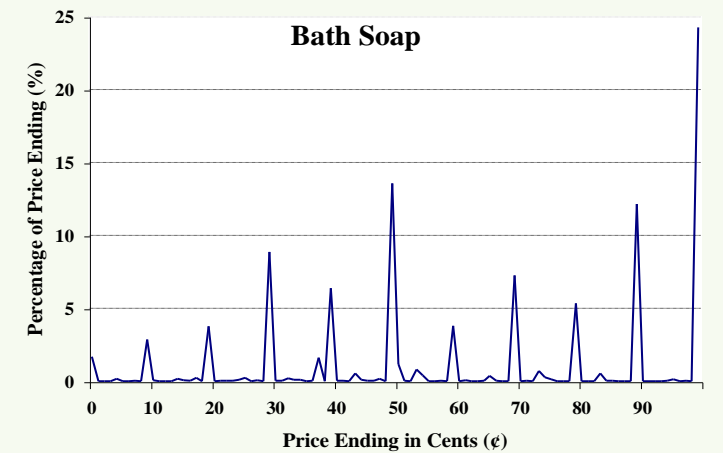
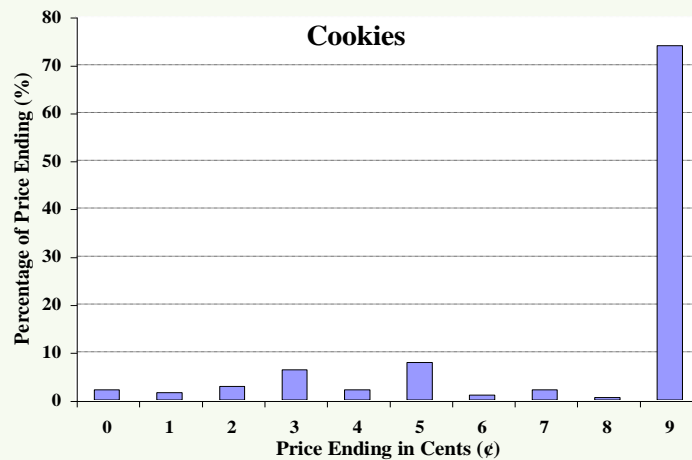
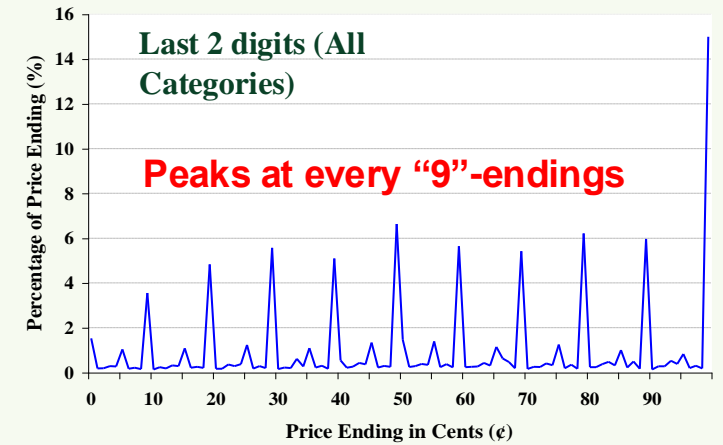
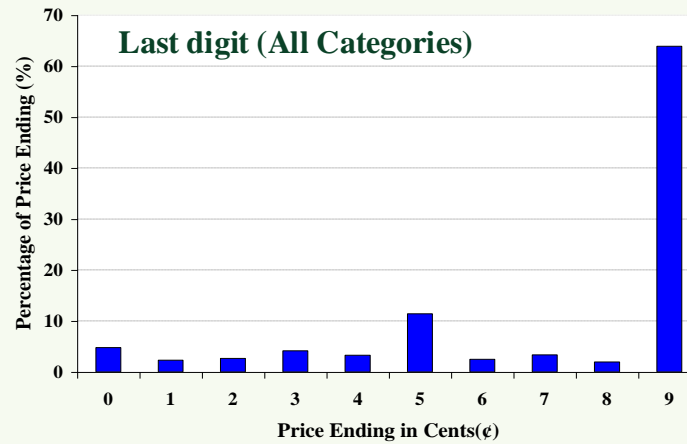


## חשיבות נושא השימוש במחירים עם סיומת 9

1. קביעה והתנהגות מחירים – נושא מרכזי בכלכלת שוק
2. השלכות עבור תמחור, קידום מכירות, וכו' – שיווק וארגון תעשייתי



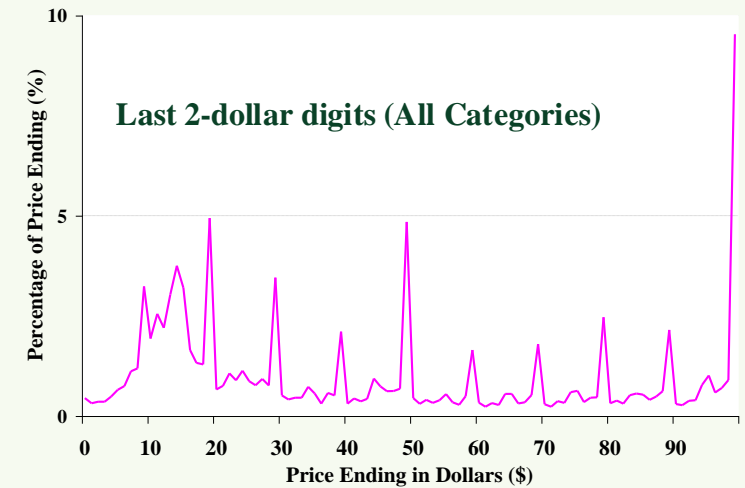
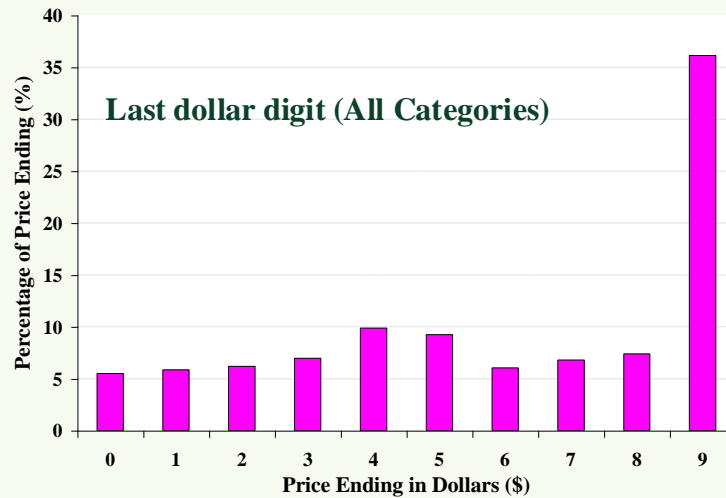
# צא. מחירים עם סיומת 9 נפוצים מאד – Dominick's ( $n \approx 100$ mil.)



Source: Levy et al. (2011)



# 3. מחירים עם סיומת 9 נפוצים מאד – Internet ( $n \approx 2.7$ mil.)



Source: Levy et al. (2011)





### 3.g. הסיומת הנפוצה ביותר בשני בסיסי הנתונים היא 9

Price-Ending	Dominick's Data	Internet Data
Last digit	<b>9¢</b> (65%), 5¢ (11%)	<b>9¢</b> (33%), 0¢ (24%), 5¢ (17%)
Last 2 digits	<b>99¢</b> (15%), 49¢ (7%)	<b>99¢</b> (27%), 00¢ (20%), 95¢ (14%)
Last 3 digits		<b>\$9.99</b> (13%), \$9.00 (10%), \$9.95 (5%)
Last 4 digits		<b>\$99.99</b> (3.5%), \$99.00 (3.46%)
Last \$-digit		<b>\$9</b> (36%), \$4 (10%), \$5 (9%)
Last 2 \$-digits		<b>\$99</b> (10%), \$19 (5%), \$49 (5%)

Source: Levy et al. (2011)



## 4. מחירים עם סיומת 9 קשיחים מאד – חשוב בתאוריה מוניטרית

Price-Ending	Dominick's Data	Internet Data
prob ( $\Delta P$ )	9¢ - 40% less likely	9¢ - 32% less likely
Last 2 digits	99¢ - 24% less likely	99¢ - 45% less likely
Last 3 digits		\$9.99 - 59% less likely
Last 4 digits		\$99.99 - 73% less likely
Last \$-digit		\$9 - 56% less likely
Last 2 \$-digits		\$99 - 60% less likely

Source: Levy et al. (2011)



## שני הסברים עיקריים לפופולריות של מחירים עם סיומת 9

### Level Effect

סיומת 9 קשורה להערכת חסר של המחירים ע"י הצרכן.

צרכנים מעגלים מחירים כלפי מטה או הם מעבדים את מידע על המחירים משמאל לימין תוך התעלמות מהספרות הימניות ביותר עקב קיבולת זיכרון מוגבלת

(Schindler and Kirby 1997, Stiving and Winer 1997).



# שני הסברים עיקריים לפופולריות של מחירים עם סיומת 9

## Image Effect

מחירים עם סיומת 9 נתפסים ע"י צרכנים כנמוכים, כמחירי מבצע או כמחירי הנחה  
(Stiving 2000, Anderson and Simester 2003).

Schindler and Kibarian (1996) מצאו שבקטלוג עם מחירים עם סיומת 99 הקונים  
הוציאו סכומים גדולים יותר ממה שהם הוציאו מקטלוג זהה, רק שבו למחירים היו  
סיומת של 00.



## תמחור פסיכולוגי מגדיל מכירות

Anderson and Simester (2003) ערכו ניסוי מבוקר שבו היו 3 קטלוגים שונים, ובכל קטלוג הציגו את אותה שמלה עם מחיר אחר. בקטלוג הראשון המחיר היה \$39, בקטלוג השני \$34, ובקטלוג השלישי \$44. נמצא שהכי הרבה שמלות נמכרו מהקטלוג שבו המחיר היה \$39.



עבודה ראשונה על השימוש בסיומת 9 במחירים פורסמה ב-1936 ב-AER ע"י Ginzberg

למרות זאת, לא ידועים המקור והזמן המדויקים של התחלת השימוש במחירים עם סיומת 9 (Dalrymple and Thompson, 1969).

Hower (1943) מציע הסבר מעניין (אך ללא סימוכין)

זה החל במאה ה-19 בחנויות DOLLAR, עם תחילת השימוש בקופות רושמות. בעלי החנויות רצו לוודא שהקופה תיפתח לאחר כל עסקה וכך למנוע מקופאים לגנוב את המזומן שהלקוח מביא להם.

\* אחת ממטרות עבודה שלנו היא לבחון האם הנתונים קונסיסטנטיים עם הסבר זה או אולי יש

הסבר אפשרי אחר



אין בספרות עבודות על תחילת השימוש בסיומת 9 והתפתחותו לאורך זמן בפרספקטיבה היסטורית.

וזו מטרת עבודה שלנו, עם התמקדות ב-3 שאלות:

1. סיומות מחירים: כיצד סיומות מחירים התפתחו והתנהגו לאורך זמן? איזה סיומות מחירים היו פופולריים בהתחלה?
2. מחירים עם סיומת 9: כיצד השימוש בהם התפתח על פני זמן? האם העלייה בשימושה הייתה מהירה או הדרגתית? האם בהתחלה הסיומת 9 היוותה חלק מסיומת 99 או האם היו מחירים אחרים שגם הם הסתיימו ב-9, כגון: 19, 29, 59, וכו'.
3. קונטקסט התפתחות השימוש בסיומת 9: במחקרים שנעשו נמצא שסיומת 9 מתואמת עם מבצעים והנחות (Schindler 2006). נבדוק את ההתפתחות לאורך זמן בשימוש של מחירים עם סיומת 9 בשילוב של רמיזה וללא שילוב של רמיזה על מבצעים.



## תרומה נוספת – להציע הסבר אפשר אחר

כלומר, אחת המטרות היא לבדוק האם השימוש בסיומת 9 היה קושר מתחילתו עם ניסיון לשכנע את הצרכנים שמדובר במחיר נמוך, או שהשימוש במחירים עם סיומת 9 נוצר במקרה, כפי שטוען (Hower 1943), בסמוך לתחילת השימוש בקופות רושמות, והקשר בין סיומת 9 ומחירים נמוכים נוצר רק בהמשך.

- גודל המדגם מאפשר לנו לעשות השוואה גם ברמה של 25 קטגוריות מוצרים/שירותים





# הנתונים ותהליך איסופם

דגמנו מחירים מפרסומות ב- New York Times (NYT) וב- Washington Post (WP)

פלטפורמת PROQUEST (דרך הספרייה של Rutgers University)

NYT: 1851 – 2018, 167 שנים

WP: 1877 – 2006, 129 שנים

×

דגמנו באופן אקראי מחיר אחד, מפרסומת אחת, כל שבוע, מכל אחד משני העיתונים.

NYT:  $n = 8,729$

WP:  $n = 6,735$

סה"כ  $N = 15,464$  (נתונים שבועיים).



## הערה על גודל המדגם

- $N = 15,464$
- נראה לא גדול במיוחד
- איסוף ידני (צריך להיכנס לגיליון אלקטרוני של העיתון, לעשות חיפוש עבור כל תצפית כאשר כל מחיר נדגם על פי הכללים שנוסחו מראש) – דרש כ-8 חודשים של עבודה
- לצורך השוואה - Rudolph (1954) דגם כ-3,000 מחירים מעיתונים, Schindler (2006) דגם כ-2,300 מחירים, Twedt (1965) דגם כ-2,600 מחירים ו-Schindler and Kirby (1997) דגמו כ-1,400 מחירים מעיתונים.
- בסיס הנתונים שלנו גדול לפחות פי 4–5 מבסיסי נתונים דומים שחוקרים השתמשו בעבר.



# הנתונים ותהליך איסופם

## כללי דגימה – נקודות עיקריות

- הדגימה בוצעה עבור כל שנה בתדירות שבועית.
- הגיליון הראשון נבחר ביום אקראי של השבוע וגיליונות הבאים נבחרו על ידי סבב בין ימי השבוע.
- אם בגיליון לא היה פרסומת שעמדה בכל התנאים, דלגנו יום קדימה או אחורה באופן אקראי.
- בגיליון שנבחר נדגמה פרסומת אחת באופן אקראי (הפרסומות בארכיונים האלקטרוניים של עיתונים אלו ממוספרות והמודעה נבחרה על ידי סבב הפרסומות הממוספרות).
- פרסומת שנדגמה הייתה צריכה לכלול מחיר שמורכב לפחות משתי ספרות. אם לא היה מחיר באותה פרסומת או אם המחיר היה מורכב רק מספרה אחת, אזי עברנו לפרסומת הבאה.
- אם בפרסומת שנבחרה היו מספר מחירים, אזי נבחרה פרסומת אחת באופן אקראי על ידי בחירת מספר שרירותי בתוכנה במחשב לאחר מספור של אותם מחירים



## הנתונים ותהליך איסופם

הגדרנו שלוש קטגוריות של סיומות מחירים:

- מחירים עגולים (Round) – מחירים שמסתיימים בסיומות  
חד-ספרתי: 0, 5    דו-ספרתי: 00, 05, 10, 15, 20, 25, 30, 35, 40, 45, 50, 55, 60, 65, 70, 75, 80, 85, 90 או 95.
- מחירים עם סיומת 9 (Just below) – מחירים שמסתיימים בסיומות  
חד-ספרתי: 9    דו-ספרתי: 09, 19, 29, 39, 49, 59, 69, 79, 89 או 99.
- מחירים עם כל שאר הסיומות (Sharp)  
סיווג סיומת המחיר לקטגוריות - על פי הספרה האחרונה או שתי הספרות האחרונות במחיר שפורסם.

דוגמא:

\$15 - המחיר מורכב משתי ספרות שספרתו האחרונה היא 5 - מחיר עגול

\$15.00 - המחיר מורכב מ-4 ספרות שספרתו האחרונה היא 0 (או 00) - מחיר עגול

- עבור כל מחיר תועדה גם הקטגוריה של אותו מוצר או שירות

- עבור כל מחיר תועד האם יש רמיזה להנחה/למבצע



# תוצאות ניתוח הנתונים (ללא חלוקה לעשורים)

טבלה 1. מספר התצפיות לפי שלושת הקטגוריות של סיומת המחיר בכל אחד משני העיתונים

קטגוריית סיומת מחיר	NYT		WP	
	מספר תצפיות	% מסך המדגם	מספר תצפיות	% מסך המדגם
Round	6,646	76%	4,373	65%
Just below	1,222	14%	1,531	22.7%
Sharp	861	10%	831	12.3%
Total	8,729	100%	6,735	100%



## תוצאות - ניתוח הנתונים ללא חלוקה לעשורים

טבלה 2. התפלגות המחירים על פי הספרה האחרונה בכל אחד משני העיתונים

סיומת מחיר	NYT		WP	
	מספר תצפיות	% מסך המדגם	מספר תצפיות	% מסך המדגם
0	4,016	46%	2,416	35.9%
1	44	0.50%	48	0.7%
2	130	1.50%	77	1.14%
3	80	0.9%	83	1.23%
4	127	1.45%	81	1.20%
5	2,630	30.1%	1,957	29.1%
6	78	0.9%	70	1.05%
7	101	1.2%	148	2.20%
8	301	3.45%	324	4.81%
9	1,222	14%	1,531	22.73%
<b>Total</b>	<b>8,729</b>	<b>100%</b>	<b>6,735</b>	<b>100%</b>



# תוצאות - ניתוח הנתונים ללא חלוקה לעשורים

טבלה 3. התפלגות המחירים על פי שתי הספרות האחרונות (הימניות ביותר) בקטגוריית סיומת  
Just below

	סיומת מחיר	NYT		WP	
		מספר תצפיות	% מסך המדגם	מספר תצפיות	% מסך המדגם
Just below	09	15	0.17%	22	0.33%
	19	47	0.54%	58	0.86%
	29	70	0.80%	91	1.35%
	39	80	0.92%	80	1.19%
	49	104	1.19%	131	1.95%
	59	57	0.65%	87	1.29%
	69	56	0.64%	81	1.20%
	79	59	0.68%	74	1.10%
	89	70	0.80%	71	1.05%
	99	664	7.61%	836	12.41%
	<b>Total</b>	<b>1,222</b>	<b>14%</b>	<b>1,531</b>	<b>22.73%</b>



# תוצאות - ניתוח הנתונים ללא חלוקה לעשורים

טבלה 4. התפלגות המחירים על פי שתי הספרות האחרונות בקטגוריית סיומת המחיר Round בכל אחד משני העיתונים

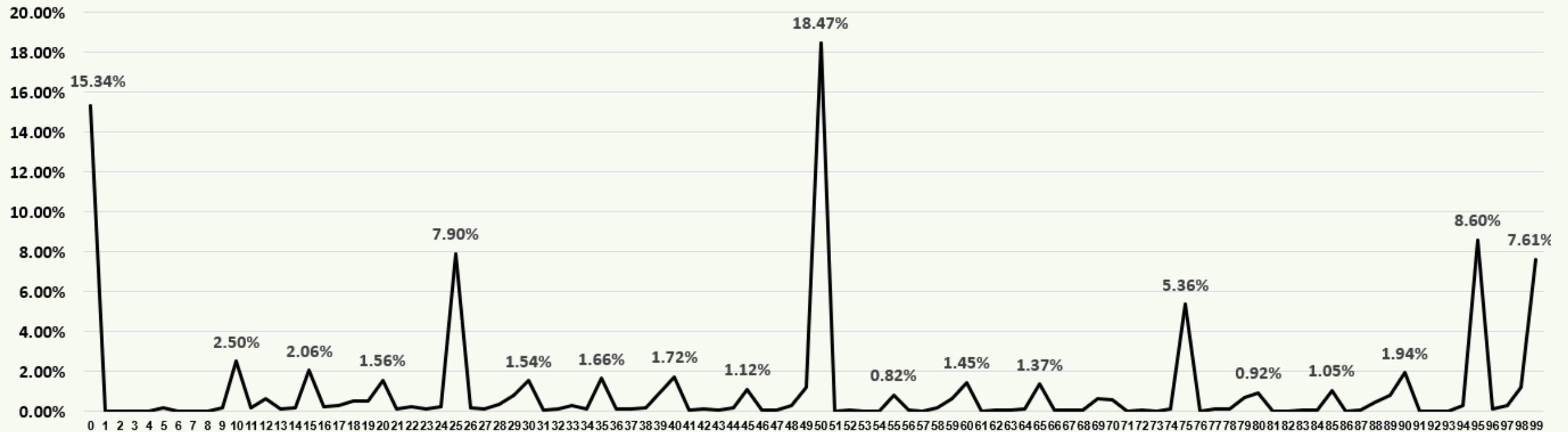
סיומת מחיר	NYT		WP	
	מספר תצפיות	% מסך המדגם	מספר תצפיות	% מסך המדגם
00	1,339	15.34%	854	12.68%
05	14	0.16%	3	0.04%
10	218	2.50%	169	2.51%
15	180	2.06%	121	1.80%
20	136	1.56%	88	1.31%
25	690	7.90%	461	6.84%
30	134	1.54%	71	1.05%
35	145	1.66%	94	1.40%
40	150	1.72%	51	0.76%
45	98	1.12%	79	1.17%
50	1,612	18.47%	965	14.33%
55	72	0.82%	34	0.50%
60	127	1.45%	46	0.68%
65	120	1.37%	82	1.22%
70	51	0.58%	17	0.25%
75	468	5.36%	350	5.20%
80	80	0.92%	46	0.68%
85	92	1.05%	101	1.50%
90	169	1.94%	109	1.62%
95	751	8.60%	632	9.38%
Total	6,646	76.12%	4,373	64.92%





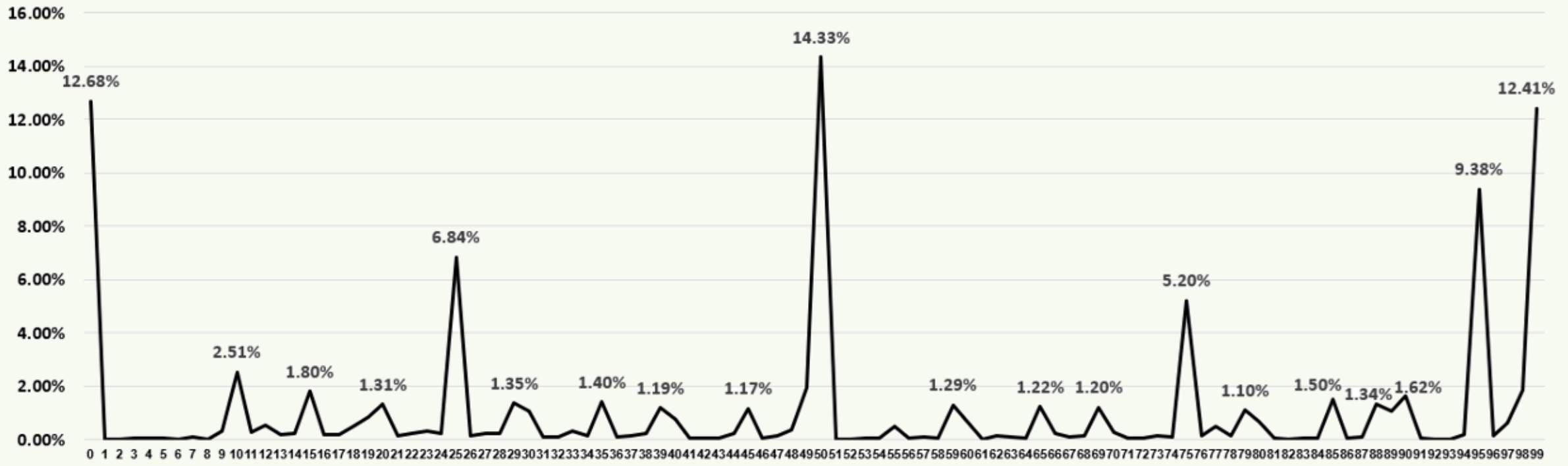
# תוצאות - ניתוח הנתונים ללא חלוקה לעשורים

תרשים 1. שכיחות יחסית של סיומת המחיר לפי שתי הספרות האחרונות ב- NYT



# תוצאות - ניתוח הנתונים ללא חלוקה לעשורים

תרשים 2. שכיחות יחסית של סיומת המחיר לפי שתי הספרות האחרונות ב-WP



# תוצאות - ניתוח הנתונים לפי הספרה האחרונה לאורך השנים בחלוקה לעשורים

טבלה 5. אחוז המחירים לפי שלושת קטגוריות סיומת המחיר לאורך השנים 1851-2016 בחלוקה

לעשורים ב-NYT ולאורך השנים 1877-2006 בחלוקה לעשורים ב-WP

עשור	* NYT			** WP		
	Just below	Sharp	Round	Just below	Sharp	Round
1850-1859	0.00%	7.39%	92.61%	---	---	---
1860-1869	0.00%	6.70%	93.30%	---	---	---
1870-1879	0.00%	9.00%	91.00%	0.00%	5.50%	94.50%
1880-1889	3.83%	7.47%	88.70%	2.88%	8.83%	88.29%
1890-1899	4.61%	9.98%	85.41%	4.79%	9.96%	85.25%
1900-1909	8.45%	12.86%	78.69%	10.15%	9.77%	80.08%
1910-1919	7.85%	7.28%	84.87%	8.43%	7.85%	83.72%
1920-1929	6.13%	12.64%	81.23%	9.60%	8.45%	81.96%
1930-1939	10.73%	11.88%	77.39%	15.53%	6.90%	77.78%
1940-1949	9.58%	9.77%	80.65%	13.98%	12.64%	73.37%
1950-1959	14.01%	13.05%	72.94%	27.39%	12.07%	60.54%
1960-1969	19.16%	9.58%	71.26%	25.29%	17.24%	57.47%
1970-1979	17.62%	14.37%	68.01%	36.28%	22.65%	41.07%
1980-1989	31.03%	11.69%	57.28%	44.64%	16.86%	38.51%
1990-1999	41.57%	11.11%	47.32%	53.07%	16.48%	30.46%
2000-2009	29.50%	7.66%	62.84%	59.45%	12.05%	28.49%
2010-2019	33.48%	4.26%	62.26%	---	---	---

\* NYT נוסד ב-1851 ולכן העשור הראשון לא כולל את 1850. הנתונים בארכיון

ProQuest היו זמינים עד 2018 (כולל) ולכן העשור האחרון אינו כולל את 2019.

\*\* WP נוסד ב-1877 ולכן העשור הראשון לא כולל את השנים 1876-1870, כלומר

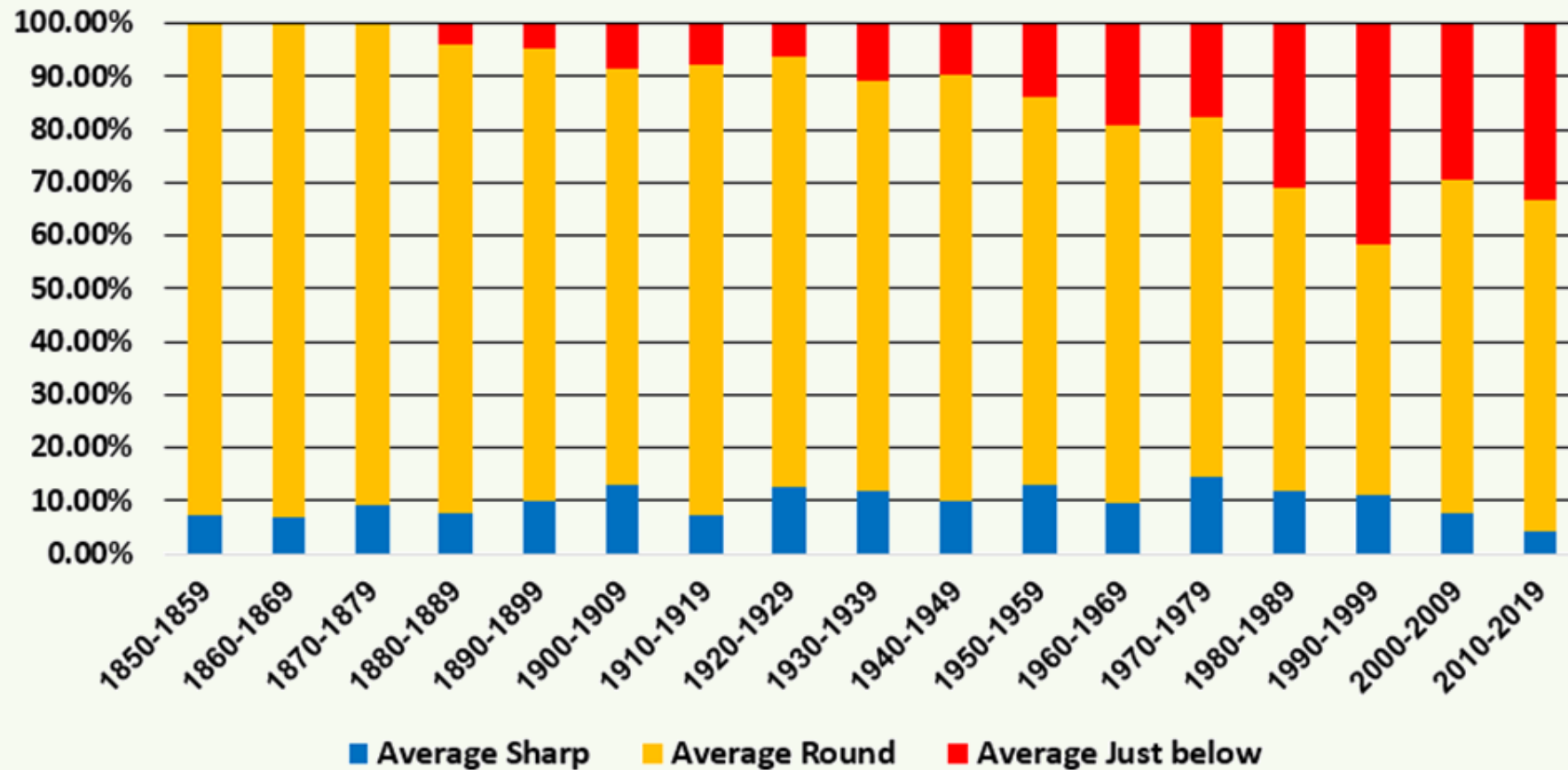
העשור מכיל רק 3 שנים. הנתונים בארכיון ProQuest היו זמינים עד 2006 (כולל)

ולכן העשור האחרון אינו כולל את השנים 2009-2007 והוא מכיל רק 7 שנים.



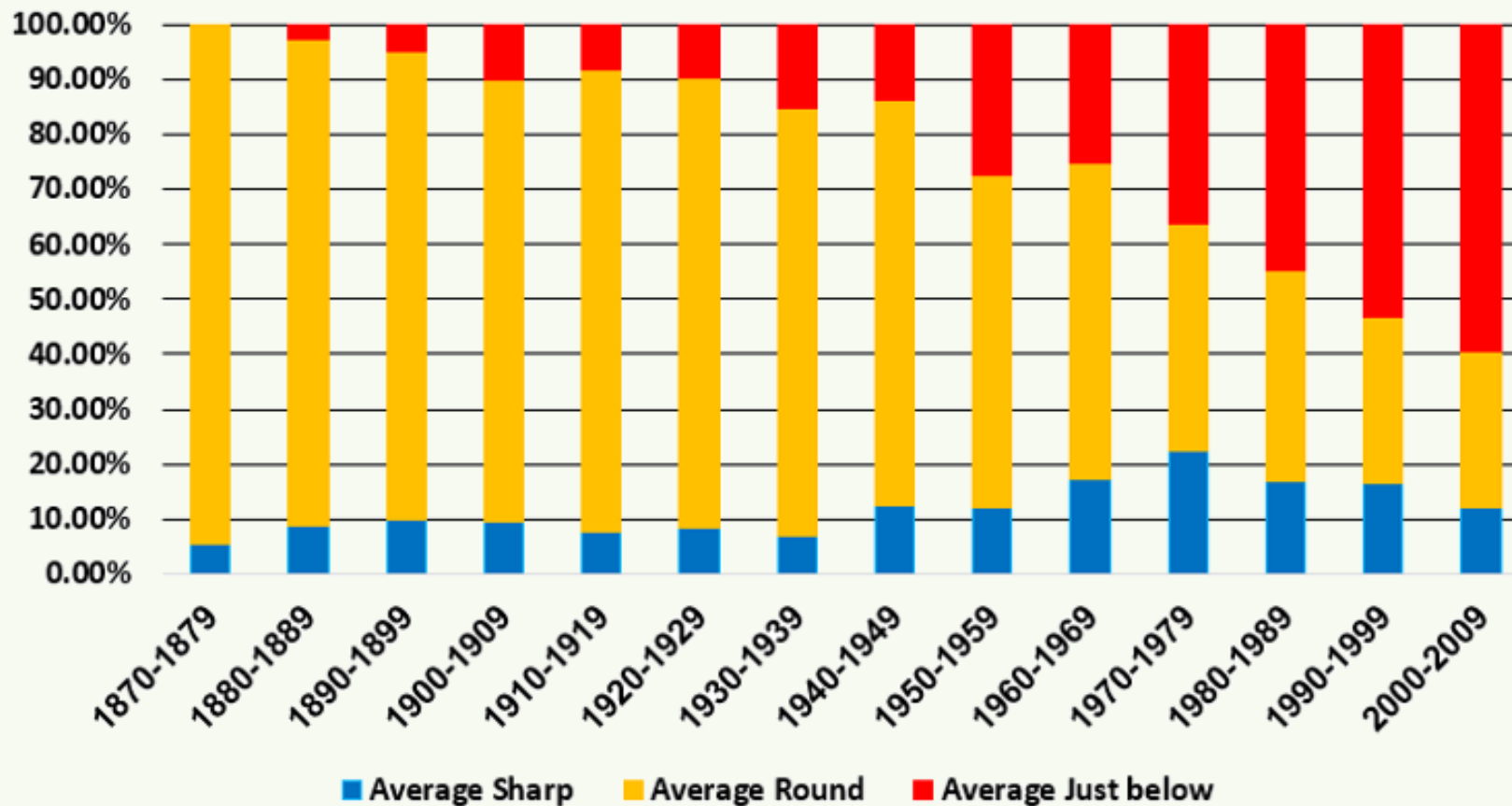
# תוצאות - ניתוח הנתונים לפי הספרה האחרונה לאורך השנים בחלוקה לעשורים

תרשים 3. % המחירים לפי שלושת קטגוריות סיומת המחיר לאורך השנים 1851-2016, בחלוקה לעשורים, ב-NYT



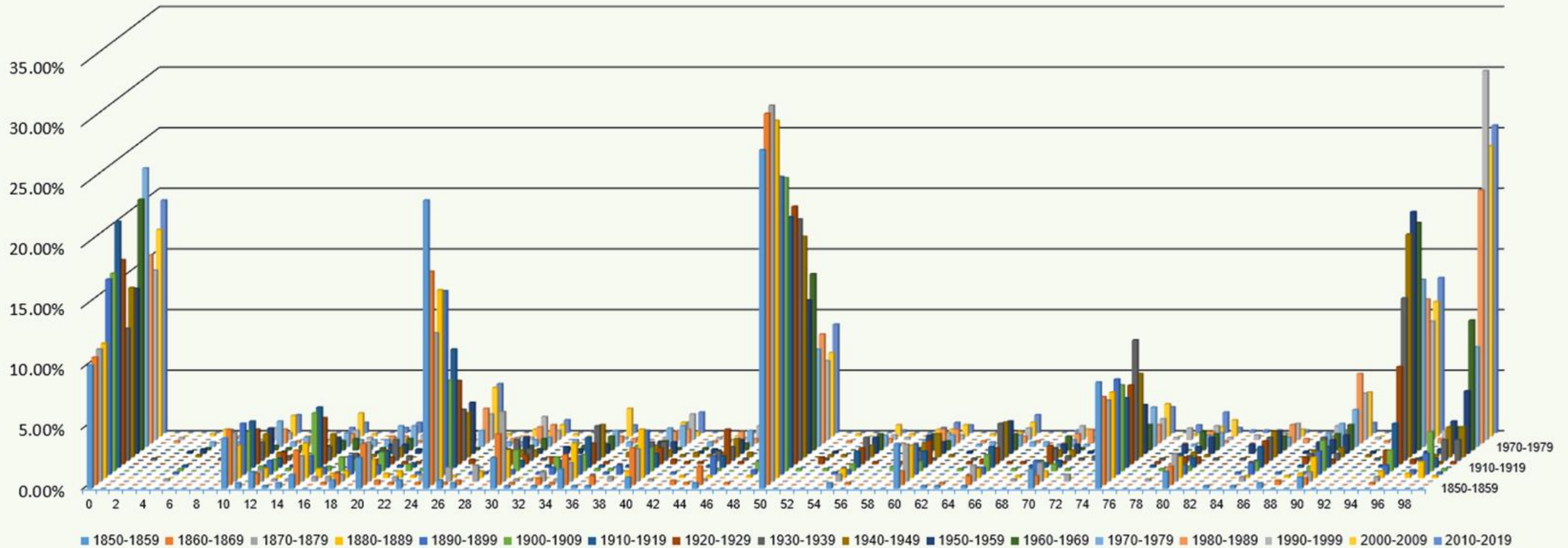
# תוצאות - ניתוח הנתונים לפי הספרה האחרונה לאורך השנים בחלוקה לעשורים

תרשים 4. % המחירים לפי שלושת קטגוריות סיומת המחיר לאורך השנים 1877-2006, בחלוקה לעשורים, ב-WP



# תוצאות - ניתוח הנתונים לפי שתי הספרות האחרונות לאורך השנים בחלוקה לעשורים

תרשים 5. % המחירים לפי סיומת המחיר (שתי הספרות האחרונות) לאורך השנים 1851 - 2016, בחלוקה לעשורים, ב-NYT



# תוצאות - ניתוח הנתונים לפי שתי הספרות האחרונות לאורך השנים בחלוקה לעשורים

טבלה 6. % המחירים לפי סיומת המחיר (שתי הספרות האחרונות) בקטגוריית Round לאורך השנים, בחלוקה לעשורים, ב- NYT

עשור	סיומת מחיר לפי שתי הספרות האחרונות (הימניות ביותר)																			
	00	05	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95
1850-1859	10.16%	0.00%	4.15%	1.15%	2.54%	23.78%	2.54%	1.61%	0.92%	0.46%	27.94%	0.46%	3.69%	0.23%	1.61%	8.77%	1.38%	0.23%	0.92%	0.00%
1860-1869	10.53%	0.00%	4.59%	2.87%	3.40%	17.62%	4.21%	2.49%	3.06%	1.53%	30.65%	0.00%	1.14%	0.76%	0.76%	7.27%	1.53%	0.00%	0.57%	0.19%
1870-1879	10.92%	0.19%	4.02%	2.11%	3.25%	12.26%	5.75%	1.53%	2.68%	0.19%	31.03%	0.57%	3.07%	1.34%	1.53%	6.70%	2.29%	0.38%	0.77%	0.38%
1880-1889	11.11%	0.00%	2.68%	2.87%	1.53%	15.51%	2.30%	2.87%	4.02%	0.19%	29.50%	0.77%	2.68%	0.77%	0.57%	7.09%	1.72%	0.19%	1.72%	0.57%
1890-1899	16.12%	0.19%	4.22%	1.54%	0.77%	15.16%	0.38%	1.54%	3.64%	1.54%	24.57%	0.38%	2.50%	0.58%	0.00%	7.87%	0.77%	0.96%	1.92%	0.77%
1900-1909	16.31%	0.19%	3.26%	4.79%	1.54%	7.49%	1.73%	1.34%	1.92%	0.19%	24.18%	0.58%	0.77%	1.34%	0.58%	7.10%	0.38%	0.77%	2.49%	1.73%
1910-1919	20.30%	0.19%	3.83%	4.98%	1.34%	9.77%	0.57%	2.49%	1.14%	0.96%	20.69%	1.34%	1.34%	1.72%	0.57%	5.75%	0.77%	1.72%	1.72%	3.64%
1920-1929	16.86%	0.00%	2.87%	3.83%	0.57%	6.89%	0.77%	1.72%	1.34%	2.87%	21.26%	1.34%	1.92%	1.34%	0.19%	6.51%	0.57%	1.91%	0.38%	8.04%
1930-1939	10.91%	0.00%	1.53%	1.15%	1.72%	4.21%	0.96%	2.87%	1.53%	1.15%	19.92%	1.92%	0.19%	3.07%	0.38%	9.96%	0.00%	1.92%	0.57%	13.41%
1940-1949	13.98%	0.19%	1.92%	1.92%	0.77%	3.64%	0.57%	2.68%	0.57%	1.53%	18.20%	0.96%	1.92%	2.87%	0.57%	6.90%	0.19%	2.11%	0.77%	18.39%
1950-1959	13.63%	0.38%	2.11%	1.34%	0.77%	4.22%	0.38%	0.77%	0.96%	1.15%	12.67%	1.34%	0.96%	2.69%	0.77%	4.03%	1.34%	1.92%	1.54%	19.96%
1960-1969	20.69%	0.19%	0.38%	0.77%	0.96%	0.19%	0.96%	1.15%	0.19%	0.57%	14.55%	1.34%	0.77%	1.34%	0.19%	2.10%	1.34%	1.14%	2.11%	18.77%
1970-1979	22.99%	0.38%	2.11%	1.15%	1.72%	1.34%	0.77%	1.34%	1.72%	1.34%	8.04%	0.96%	0.96%	0.96%	0.19%	3.26%	1.15%	0.77%	3.06%	13.79%
1980-1989	15.52%	0.00%	1.15%	0.77%	0.19%	2.87%	1.53%	0.57%	1.15%	0.38%	9.00%	0.38%	1.15%	0.57%	1.14%	1.53%	0.19%	1.53%	5.75%	11.88%
1990-1999	13.98%	0.00%	0.57%	0.77%	0.38%	2.11%	0.77%	0.19%	2.11%	1.15%	6.51%	0.38%	0.38%	0.96%	0.19%	1.72%	0.19%	1.34%	3.83%	9.77%
2000-2009	17.05%	0.57%	1.72%	1.92%	2.29%	4.02%	0.96%	2.30%	0.38%	1.92%	6.89%	0.96%	0.96%	1.15%	0.38%	2.68%	1.34%	0.57%	3.64%	11.11%
2010-2019	19.19%	0.21%	1.49%	0.85%	2.98%	4.05%	1.07%	0.64%	1.71%	1.92%	8.96%	0.21%	0.64%	1.49%	0.43%	2.13%	0.43%	0.21%	0.85%	12.79%

## תוצאות - ניתוח הנתונים לפי שתי הספרות האחרונות לאורך השנים בחלוקה לעשורים

טבלה 7. % המחירים לפי סיומת המחיר (שתי הספרות האחרונות) בקטגוריית Just below לאורך השנים, בחלוקה לעשורים, ב- NYT

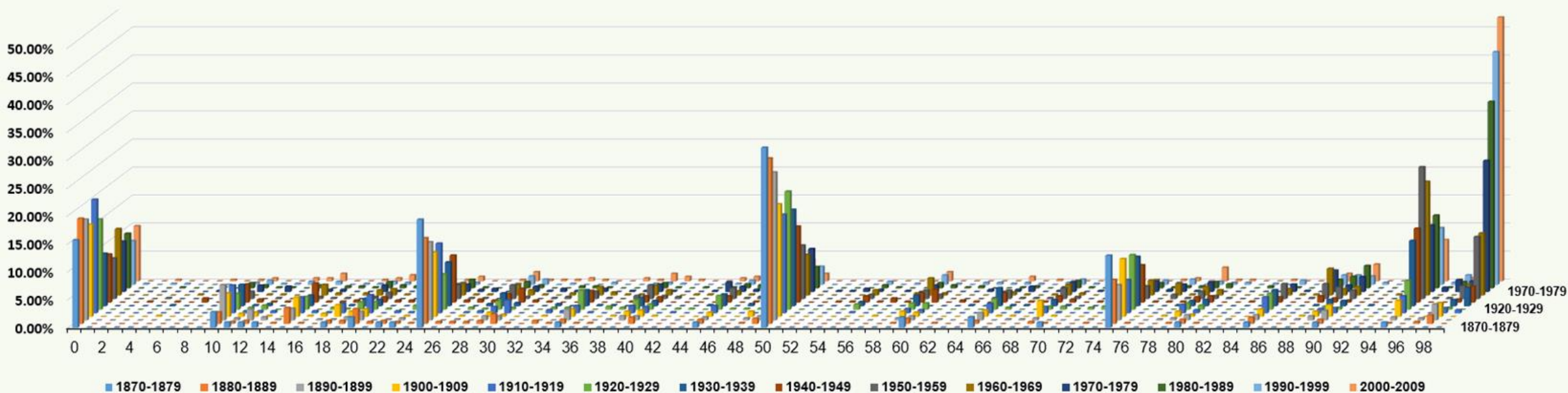
עשור	סיומת מחיר לפי שתי הספרות האחרונות (הימניות ביותר)									
	09	19	29	39	49	59	69	79	89	99
1850-1859	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
1860-1869	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
1870-1879	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
1880-1889	0.00%	0.57%	0.38%	0.57%	0.38%	0.38%	0.38%	0.57%	0.38%	0.19%
1890-1899	0.00%	0.77%	0.38%	0.96%	0.58%	0.19%	1.15%	0.19%	0.19%	0.19%
1900-1909	0.00%	0.96%	1.15%	2.11%	1.73%	0.58%	0.77%	0.58%	0.38%	0.19%
1910-1919	0.00%	0.57%	1.53%	1.34%	0.96%	0.96%	0.38%	1.14%	0.96%	0.00%
1920-1929	0.00%	0.38%	1.14%	0.96%	0.19%	0.38%	1.53%	0.57%	0.77%	0.19%
1930-1939	0.00%	0.77%	1.72%	1.53%	0.96%	0.77%	0.96%	0.38%	1.92%	1.72%
1940-1949	0.38%	0.57%	0.57%	0.96%	1.72%	1.15%	0.57%	0.38%	0.77%	2.49%
1950-1959	0.19%	0.77%	1.34%	0.96%	1.54%	1.54%	0.77%	0.58%	1.15%	5.18%
1960-1969	0.57%	0.19%	0.38%	0.77%	1.15%	1.34%	1.15%	1.53%	1.34%	10.73%
1970-1979	0.19%	1.72%	0.57%	1.53%	1.34%	0.57%	0.57%	0.96%	1.92%	8.23%
1980-1989	0.38%	0.57%	1.34%	0.96%	3.25%	1.15%	0.77%	0.96%	0.77%	20.88%
1990-1999	0.96%	0.00%	1.92%	0.77%	3.64%	0.57%	1.15%	1.15%	0.96%	30.46%
2000-2009	0.19%	0.38%	0.38%	1.15%	0.57%	0.57%	0.57%	0.77%	0.96%	23.95%
2010-2019	0.00%	0.85%	0.64%	0.85%	2.13%	0.85%	0.00%	1.71%	1.07%	25.37%





# תוצאות - ניתוח הנתונים לפי שתי הספרות האחרונות לאורך השנים בחלוקה לעשורים

תרשים 6. % המחירים לפי סיומת המחיר (שתי הספרות האחרונות) לאורך השנים 1877 - 2006, בחלוקה לעשורים, ב-WP



# תוצאות - ניתוח הנתונים לפי שתי הספרות האחרונות לאורך השנים בחלוקה לעשורים

טבלה 6. % המחירים לפי סיומת המחיר (שתי הספרות האחרונות) בקטגוריית Round לאורך השנים, בחלוקה לעשורים, ב-WP

עשור	סיומת מחיר לפי שתי הספרות האחרונות (הימניות ביותר)																			
	00	05	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95
1870-1879	15.59%	0.00%	2.75%	0.00%	1.83%	19.27%	0.00%	0.92%	0.00%	0.92%	32.11%	0.00%	1.83%	1.83%	0.92%	12.84%	0.92%	0.92%	0.92%	0.92%
1880-1889	18.81%	0.00%	2.11%	2.88%	2.69%	15.36%	1.73%	0.77%	1.15%	0.77%	29.56%	0.00%	0.96%	0.58%	0.19%	7.87%	0.77%	1.15%	0.77%	0.19%
1890-1899	18.00%	0.00%	6.32%	2.11%	1.53%	13.98%	0.77%	1.92%	0.77%	0.57%	26.44%	0.19%	0.77%	1.34%	0.00%	6.32%	0.96%	0.96%	1.72%	0.57%
1900-1909	16.48%	0.19%	4.21%	3.44%	1.34%	11.49%	0.38%	1.34%	1.15%	0.77%	20.11%	0.00%	0.77%	1.15%	0.19%	10.34%	0.38%	1.34%	2.11%	2.87%
1910-1919	20.30%	0.00%	4.98%	2.87%	3.26%	12.45%	2.30%	1.34%	1.15%	1.34%	17.62%	0.19%	0.57%	1.72%	0.19%	5.94%	0.57%	2.87%	0.96%	3.07%
1920-1929	16.12%	0.00%	2.88%	2.30%	1.34%	6.33%	0.34%	3.45%	0.96%	2.50%	21.11%	0.96%	1.15%	1.92%	0.58%	9.79%	0.77%	2.88%	0.38%	5.18%
1930-1939	9.39%	0.19%	3.83%	1.92%	1.15%	7.85%	0.57%	2.87%	0.96%	2.11%	17.24%	0.77%	0.00%	3.26%	0.19%	8.81%	1.15%	2.87%	0.96%	11.69%
1940-1949	8.62%	0.19%	3.26%	3.45%	0.96%	8.43%	2.49%	2.11%	0.96%	1.15%	13.60%	1.15%	2.30%	1.72%	0.57%	6.70%	1.15%	0.96%	0.38%	13.22%
1950-1959	7.28%	0.00%	1.34%	0.38%	1.15%	2.49%	0.38%	1.34%	0.57%	1.92%	9.58%	0.77%	0.77%	1.53%	0.38%	2.30%	0.57%	2.68%	1.53%	23.56%
1960-1969	11.88%	0.00%	0.00%	1.92%	1.15%	2.10%	0.96%	1.53%	0.96%	0.77%	7.28%	0.96%	0.38%	0.57%	0.38%	2.68%	0.96%	1.15%	1.53%	20.31%
1970-1979	9.02%	0.00%	1.15%	0.38%	0.19%	1.34%	0.96%	0.58%	0.19%	0.96%	7.68%	0.38%	0.00%	0.38%	0.00%	1.92%	0.00%	1.34%	2.69%	11.90%
1980-1989	9.77%	0.00%	0.57%	0.00%	0.57%	1.53%	0.57%	0.19%	0.19%	0.77%	3.83%	0.57%	0.57%	0.19%	0.19%	0.96%	0.77%	0.19%	4.02%	13.03%
1990-1999	7.85%	0.00%	0.77%	0.57%	0.38%	0.38%	0.96%	0.38%	0.19%	0.77%	3.26%	0.57%	0.19%	0.38%	0.19%	0.77%	0.38%	0.77%	1.53%	10.15%
2000-2009	9.86%	0.00%	0.55%	1.37%	1.10%	0.82%	0.27%	0.00%	0.82%	0.82%	1.37%	0.00%	0.00%	0.82%	0.00%	0.00%	0.27%	0.00%	3.01%	7.40%



## תוצאות - ניתוח הנתונים לפי שתי הספרות האחרונות לאורך השנים בחלוקה לעשורים

טבלה 7. % המחירים לפי סיומת המחיר (שתי הספרות האחרונות) בקטגוריית Just below לאורך השנים, בחלוקה לעשורים, ב-WP

עשור	סיומת מחיר לפי שתי הספרות האחרונות (הימניות ביותר)									
	09	19	29	39	49	59	69	79	89	99
1870-1879	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
1880-1889	0.00%	0.58%	0.58%	0.00%	0.96%	0.19%	0.38%	0.19%	0.00%	0.00%
1890-1899	0.00%	0.57%	0.77%	0.77%	0.77%	0.38%	0.38%	0.38%	0.77%	0.00%
1900-1909	0.19%	0.96%	0.77%	0.96%	1.53%	0.96%	2.87%	0.96%	0.96%	0.00%
1910-1919	0.00%	0.38%	1.15%	1.34%	0.77%	0.77%	1.15%	1.53%	0.77%	0.57%
1920-1929	0.19%	1.34%	1.53%	1.73%	1.34%	1.15%	0.58%	1.15%	0.58%	0.00%
1930-1939	0.19%	1.34%	2.30%	1.53%	1.53%	1.92%	1.15%	0.96%	1.15%	3.26%
1940-1949	0.19%	1.34%	1.53%	1.15%	2.30%	1.72%	1.15%	0.96%	0.77%	2.87%
1950-1959	0.38%	0.38%	2.49%	2.49%	3.64%	1.53%	1.92%	1.34%	2.11%	11.11%
1960-1969	0.38%	0.96%	1.92%	1.72%	1.53%	3.07%	1.92%	1.53%	1.15%	11.11%
1970-1979	1.15%	1.15%	0.58%	1.34%	2.88%	1.15%	1.73%	1.73%	1.15%	23.42%
1980-1989	0.96%	1.15%	1.15%	0.96%	1.53%	0.96%	1.34%	1.15%	2.11%	33.33%
1990-1999	0.38%	0.57%	1.53%	0.38%	3.64%	1.72%	0.96%	0.57%	1.72%	41.57%
2000-2009	0.27%	0.55%	1.64%	1.37%	3.84%	1.64%	0.00%	2.47%	0.55%	47.12%



# תוצאות - פרסומות עם רמיזה להנחה וללא רמיזה להנחה

תרשים 7. % המחירים בקטגוריית Just below בקרב פרסומות עם רמיזה להנחה ובקרב פרסומות ללא רמיזה להנחה, ב-NYT לאורך

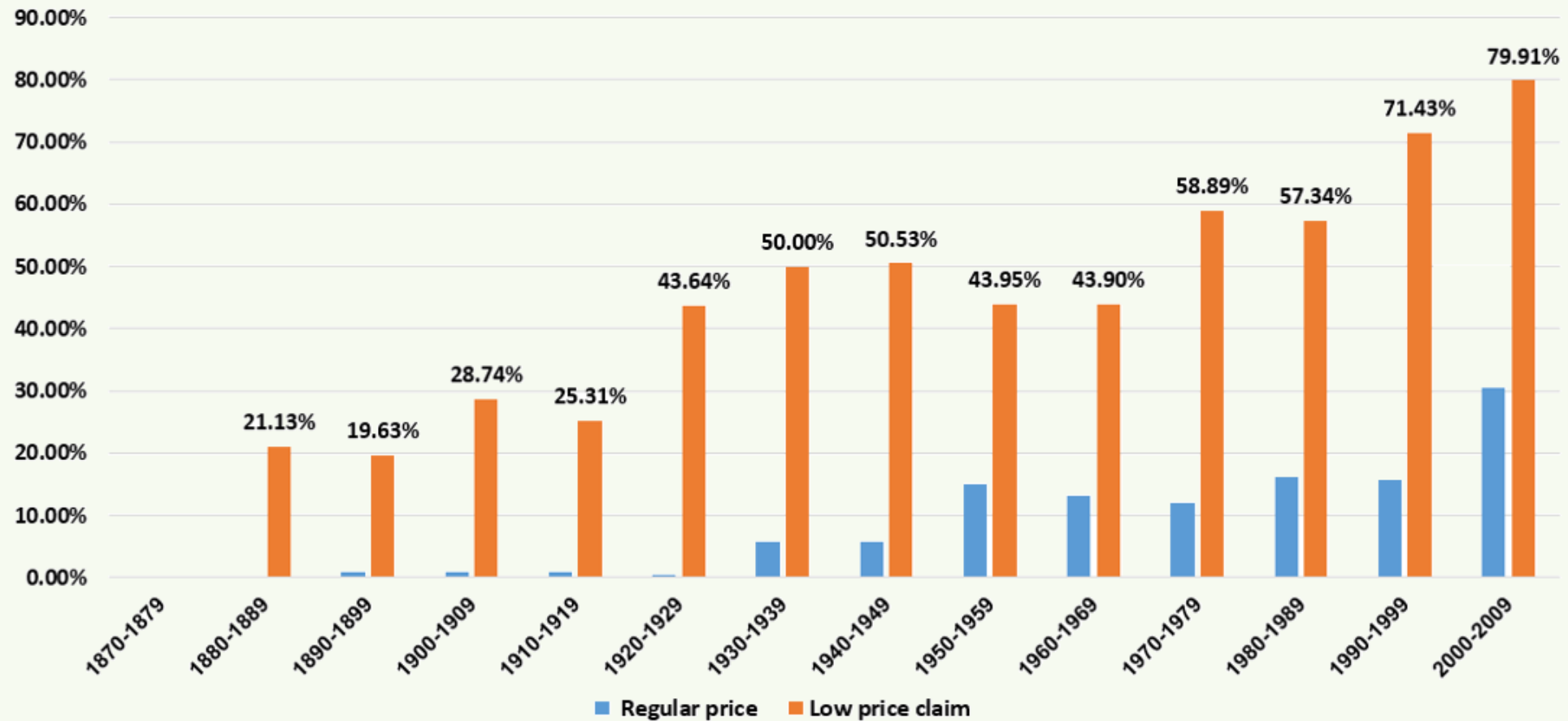
השנים, בחלוקה לעשורים



## תוצאות - פרסומות עם רמיזה להנחה וללא רמיזה להנחה

תרשים 8. % המחירים בקטגוריית Just below בקרב פרסומות עם רמיזה להנחה ובקרב פרסומות ללא רמיזה להנחה, ב-WP לאורך השנים,

בחלוקה לעשורים



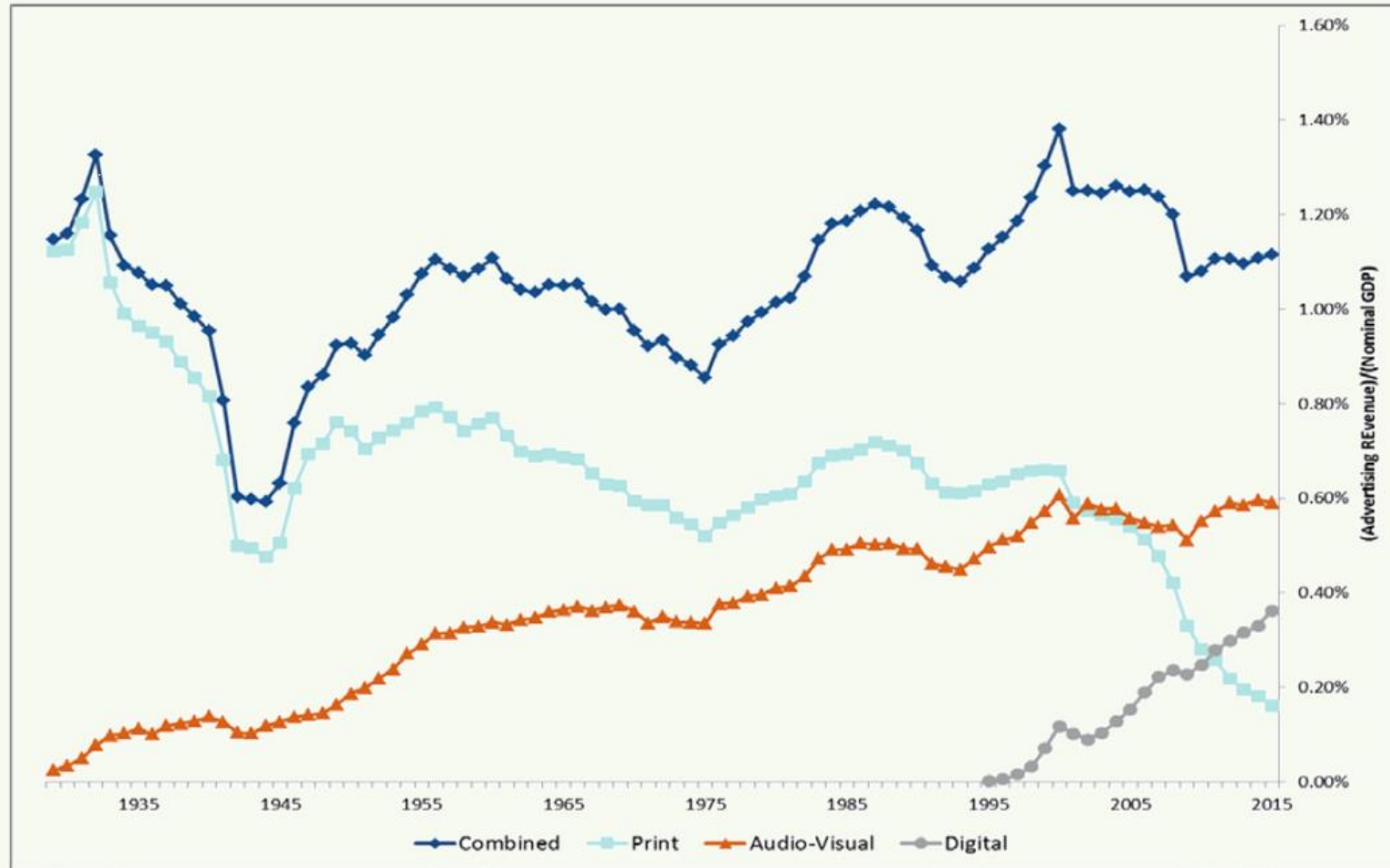
## תוצאות - פרסומות עם רמיזה להנחה וללא רמיזה להנחה

טבלה 8. % הפרסומות עם רמיזה להנחה וללא רמיזה להנחה לאורך השנים, בחלוקה לעשורים

עשור	אחוז הפרסומות בעלי רמיזה להנחה NYT בעיתון	אחוז הפרסומות בעלי רמיזה להנחה WP בעיתון
1850-1859	13.52%	--
1860-1869	8.23%	--
1870-1879	8.42%	2.55%
1880-1889	13.00%	13.63%
1890-1899	16.52%	20.51%
1900-1909	20.34%	34.53%
1910-1919	25.45%	31.03%
1920-1929	21.08%	21.11%
1930-1939	22.19%	21.42%
1940-1949	15.50%	18.19%
1950-1959	30.69%	42.74%
1960-1969	30.32%	39.29%
1970-1979	28.59%	51.90%
1980-1989	47.76%	69.16%
1990-1999	52.45%	67.08%
2000-2009	31.07%	58.64%
2010-2019	33.03%	--



## תרשים 9. הכנסות מפרסום כנתח מהתמ"ג בארה"ב לאורך השנים, ב-%



Source: Nakamura, L., Samuels, J., and Soloveichik, R. (2017), "Measuring the "Free" Digital Economy within the GDP and Productivity Accounts," Economic Statistics Centre of Excellence (ESCoE) Discussion Papers ESCoE DP-2017-03, Economic Statistics Centre of Excellence (ESCoE).



## תוצאות - קטגוריות מוצר / שירות

טבלה 9 (RHS). % המחירים

בקטגורית מוצר / שירות לפי שלושת

קטגוריות סיומת המחיר ב- NYT

טבלה 10 (LHS). % המחירים

בקטגורית מוצר / שירות לפי שלושת

קטגוריות סיומת המחיר ב- WP

קטגורית מוצר / שירות	Just below	Round	Sharp	סה"כ	אחוז מסך התצפיות
קרטיסים לאטרקציות	4 0.67%	570 95.16%	25 4.17%	599	6.86%
שעונים	7 5.26%	120 90.23%	6 4.51%	133	1.52%
ציוד לתינוקות וצעצועים	2 14.29%	10 71.43%	2 14.29%	14	0.16%
תיקים	18 13.14%	104 75.91%	15 10.95%	137	1.57%
מחשבים וציוד היקפי	25 73.53%	5 14.71%	4 11.76%	34	0.39%
כלי נגינה	2 1.46%	131 95.62%	4 2.92%	137	1.57%
ציוד משרדי	8 29.63%	15 55.56%	4 14.81%	27	0.31%
תיירות	49 12.07%	316 77.83%	41 10.10%	406	4.65%
מסעדות	3 1.74%	167 97.09%	2 1.16%	172	1.97%
בתים	0 0%	68 100%	0 0%	68	0.78%
הלבשה	386 15.28%	1,807 71.54%	333 13.18%	2,526	28.94%
קרטיסי נסיעה	53 8.03%	504 76.36%	103 15.61%	660	7.56%
נעליים	46 9.22%	392 78.56%	61 12.22%	499	5.72%
ציוד ספורט וירי	14 25.45%	27 49.09%	14 25.45%	55	0.63%
חינוך	3 2.97%	95 94.06%	3 2.97%	101	1.16%
מוצרי עישון	6 6.25%	83 86.46%	7 7.29%	96	1.10%
תקשורת	64 72.73%	21 23.86%	3 3.41%	88	1.01%
מזון ומשקאות	120 44.28%	110 40.59%	41 15.13%	271	3.10%
מוצרים חקלאיים ולבעלי חיים	1 4.76%	19 90.48%	1 4.76%	21	0.24%
כלי רכב	17 9.94%	133 77.78%	21 12.28%	171	1.96%
מכשירי שמע אלקטרוניים ואמצעי אחסון	41 36.61%	59 52.66%	12 10.71%	112	1.28%
כלי בית	287 33.57%	474 55.44%	94 10.99%	855	9.79%
מוצרים מודפסים	26 3.35%	723 93.05%	28 3.60%	777	8.90%
בריאות, טיפוח ושירותי פטירה	20 4.42%	412 91.15%	20 4.42%	452	5.18%
תכשיטים ובשמים	20 6.29%	281 88.36%	17 5.35%	318	3.64%
	1,222	6,646	861	8,729	100.00%

קטגורית מוצר / שירות	Just below	Round	Sharp	סה"כ	אחוז מסך התצפיות
קרטיסים לאטרקציות	3 1.18%	236 92.91%	15 5.91%	254	3.77%
שעונים	5 9.43%	43 81.13%	5 9.43%	53	0.79%
ציוד לתינוקות וצעצועים	9 40.91%	10 45.45%	3 13.64%	22	0.33%
תיקים	20 25.97%	53 68.83%	4 5.19%	77	1.14%
מחשבים וציוד היקפי	31 56.36%	20 36.36%	4 7.27%	55	0.82%
כלי נגינה	6 7.32%	70 85.37%	6 7.32%	82	1.22%
ציוד משרדי	2 11.76%	10 58.82%	5 29.41%	17	0.25%
תיירות	12 4.82%	219 87.95%	18 7.23%	249	3.70%
מסעדות	15 9.80%	136 88.89%	2 1.31%	153	2.27%
בתים	0 0%	198 99.50%	1 0.50%	199	2.95%
הלבשה	314 17.62%	1,231 69.08%	237 13.30%	1,782	26.46%
קרטיסי נסיעה	18 10.23%	131 74.43%	27 15.34%	176	2.61%
נעליים	62 17.03%	274 75.27%	28 7.69%	364	5.40%
ציוד ספורט וירי	9 42.86%	9 42.86%	3 14.29%	21	0.31%
חינוך	5 5.95%	75 89.29%	4 4.76%	84	1.25%
מוצרי עישון	4 7.84%	38 74.51%	9 17.65%	51	0.76%
תקשורת	62 68.89%	21 23.33%	7 7.78%	90	1.34%
מזון ומשקאות	345 49.64%	213 30.65%	137 19.71%	695	10.32%
מוצרים חקלאיים ולבעלי חיים	14 34.15%	23 56.10%	4 9.76%	41	0.61%
כלי רכב	41 12.50%	206 62.80%	81 24.70%	328	4.87%
מכשירי שמע אלקטרוניים ואמצעי אחסון	33 26.61%	71 57.26%	20 16.13%	124	1.84%
כלי בית	417 38.26%	497 45.60%	176 16.15%	1,090	16.18%
מוצרים מודפסים	12 7.23%	142 85.54%	12 7.23%	166	2.46%
בריאות, טיפוח ושירותי פטירה	65 14.44%	367 81.56%	18 4.00%	450	6.68%
תכשיטים ובשמים	27 24.11%	80 71.43%	5 4.46%	112	1.66%
	1,531	4,373	831	6,735	100.00%



# תוצאות - קטגוריות מוצר / שירות לאורך השנים

טבלה 11. כמות המחירים עם סיומת 9 לפי קטגוריות מוצר/שירות לאורך השנים ב-NYT, חלוקה לעשורים

עשור	כרטיסים לאטרקציות	שעונים	ציוד לתינוקות וצעצועים	תיקים	מחשבים וציוד היקפי	כלי נגינה	ציוד משרדי	תיירות	מסעדות	בתים	הלבשה	כרטיסי נסיעה	נעליים	ציוד ספורט וירי	חינוך	מוצרי עישון	נקשורת	מדון ומשקאות	מוצרים חקלאיים ולבעלי חיים	כלי רכב	מכשירי שמע אלקטרוניים ואמצעי אחסון	כלי בית	מוצרים מודפסים	בריאות, טיפוח ושירותי פטירה	תכשיטים ובשמים	סה"כ
1850-1859	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1860-1869	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1870-1879	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1880-1889	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	19	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	20
1890-1899	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	1	2	0	0	0	0	0	0	6	0	2	0	0	0	24
1900-1909	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	29	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	8	1	0	1	44
1910-1919	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	25	0	4	0	0	0	0	1	0	0	0	5	4	0	1	41
1920-1929	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	15	2	2	0	0	1	0	0	1	0	0	8	1	0	0	32
1930-1939	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	18	0	5	3	0	0	0	12	0	1	0	10	1	2	1	56
1940-1949	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	15	3	3	2	0	1	0	15	0	0	0	1	3	6	0	50
1950-1959	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	25	6	2	1	0	2	0	21	0	0	1	8	0	3	2	73
1960-1969	0	0	0	2	0	0	1	2	0	0	24	0	4	1	0	2	0	29	0	3	7	22	0	3	0	100
1970-1979	0	0	0	1	1	0	2	0	0	0	22	3	2	2	0	0	0	5	1	3	3	45	1	1	0	92
1980-1989	0	2	0	2	0	0	3	3	0	0	54	16	1	1	1	0	1	9	0	2	8	57	1	0	1	162
1990-1999	0	1	0	7	12	0	1	12	1	0	44	16	9	3	1	0	23	16	0	0	12	53	0	1	5	217
2000-2009	2	1	0	2	11	1	1	5	0	0	31	6	8	1	1	0	34	2	0	0	8	34	3	0	3	154
2010-2019	2	2	0	2	1	0	0	23	1	0	52	0	3	0	0	0	6	9	0	0	2	33	11	4	6	157
סה"כ	4	7	2	18	25	2	8	49	3	0	386	53	46	14	3	6	64	120	1	17	41	287	26	20	20	1,222
	0.33%	0.57%	0.16%	1.47%	2.05%	0.16%	0.65%	4.01%	0.25%	0.00%	31.59%	4.34%	3.76%	1.15%	0.25%	0.49%	5.24%	9.82%	0.08%	1.39%	3.36%	23.49%	2.13%	1.64%	1.64%	



# תוצאות - קטגוריות מוצר / שירות לאורך השנים

טבלה 12. כמות המחירים עם סיומת 9 לפי קטגוריות מוצר/שירות לאורך השנים ב-WP, חלוקה לעשורים

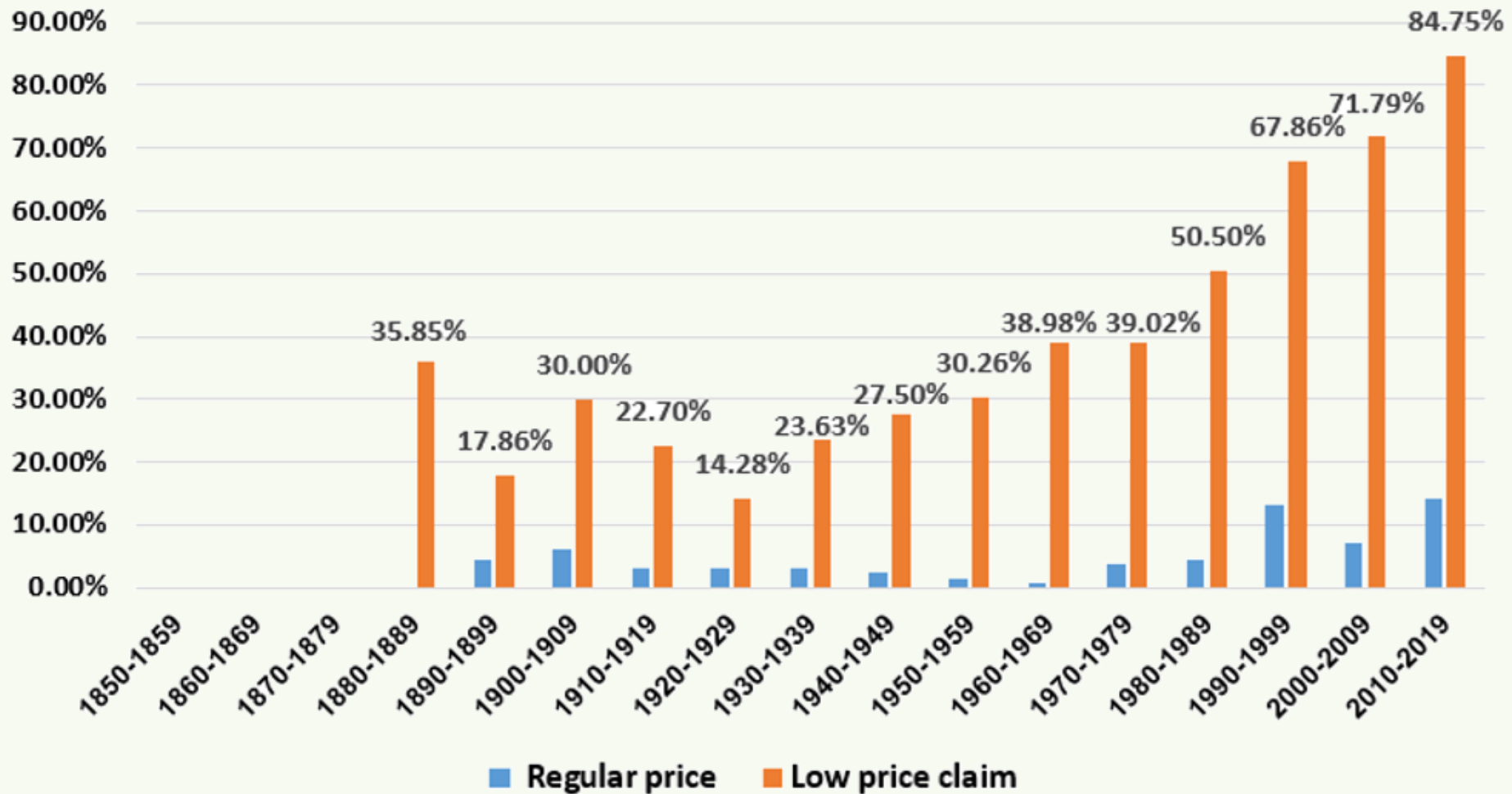
עשור	כרטיסים לאטרקציות	שעונים	ציוד לתימוקות וצעצועים	תיקים	מחשבים וציוד היקפי	כלי נגינה	ציוד משרדי	תיירות	מסעדות	בתים	הלבשה	כרטיסי נסיעה	נעליים	ציוד ספורט וירי	חינוך	מוצרי עישון	תקשורת	מזון ומשקאות	מוצרים חקלאיים ולבעלי חיים	כלי רכב	מכשירי שמע אלקטרוניים ואמצעי אחסון	כלי בית	מוצרים מודפסים	בריאות, טיפוח ושירותי פטירה	תכשיטים ובשמנים	סה"כ
1870-1879	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1880-1889	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	1	15
1890-1899	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	14	0	4	0	0	0	0	0	0	0	4	0	1	0	25	
1900-1909	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	37	0	4	0	0	0	0	1	0	0	9	0	0	1	53	
1910-1919	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	33	0	0	0	0	0	0	1	0	0	8	1	0	0	44	
1920-1929	0	0	2	0	0	1	0	1	0	0	16	0	2	0	1	0	0	15	0	0	7	1	2	0	50	
1930-1939	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	22	1	1	0	0	0	0	37	2	3	6	0	5	0	80	
1940-1949	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	8	0	1	0	0	0	0	43	1	1	7	1	6	1	73	
1950-1959	0	2	2	1	0	1	1	0	0	0	20	1	4	1	0	2	0	61	1	8	30	0	5	2	143	
1960-1969	0	0	0	2	0	1	0	1	1	0	18	0	7	0	0	0	0	51	2	4	36	1	3	3	132	
1970-1979	1	0	2	4	0	0	0	1	6	0	26	1	4	3	0	0	0	35	2	8	69	2	16	2	189	
1980-1989	1	2	1	5	3	1	0	0	4	0	45	3	9	1	0	1	1	37	2	4	89	1	9	4	233	
1990-1999	1	0	0	6	13	1	0	2	0	0	43	9	15	1	0	0	20	32	2	12	96	2	11	5	277	
2000-2009	0	0	0	0	15	1	0	5	3	0	23	3	8	3	5	0	41	32	2	1	54	3	7	8	217	
סה"כ	3	5	9	20	31	6	2	12	15	0	314	18	62	9	5	4	62	345	14	41	33	417	12	65	27	1,531
	0.20%	0.33%	0.59%	1.31%	2.02%	0.39%	0.13%	0.78%	0.98%	0.00%	20.51%	1.18%	4.05%	0.59%	0.33%	0.26%	4.05%	22.53%	0.91%	2.68%	2.16%	27.24%	0.78%	4.25%	1.76%	



# תוצאות - קטגוריות מוצר / שירות עם וללא רמיזה להנחה לאורך השנים

תרשים 10. % המחירים בקטגוריית Just below בקרב פרסומות עם רמיזה להנחה ובקרב פרסומות ללא רמיזה להנחה בקטגוריית המוצר

”הלבשה”, ב-NYT לאורך השנים, בחלוקה לעשורים



## תוצאות - קטגוריות מוצר / שירות עם וללא רמיזה להנחה לאורך השנים

תרשים 11. % המחירים בקטגוריית Just below בקרב פרסומות עם רמיזה להנחה ובקרב פרסומות ללא רמיזה להנחה בקטגוריית המוצר

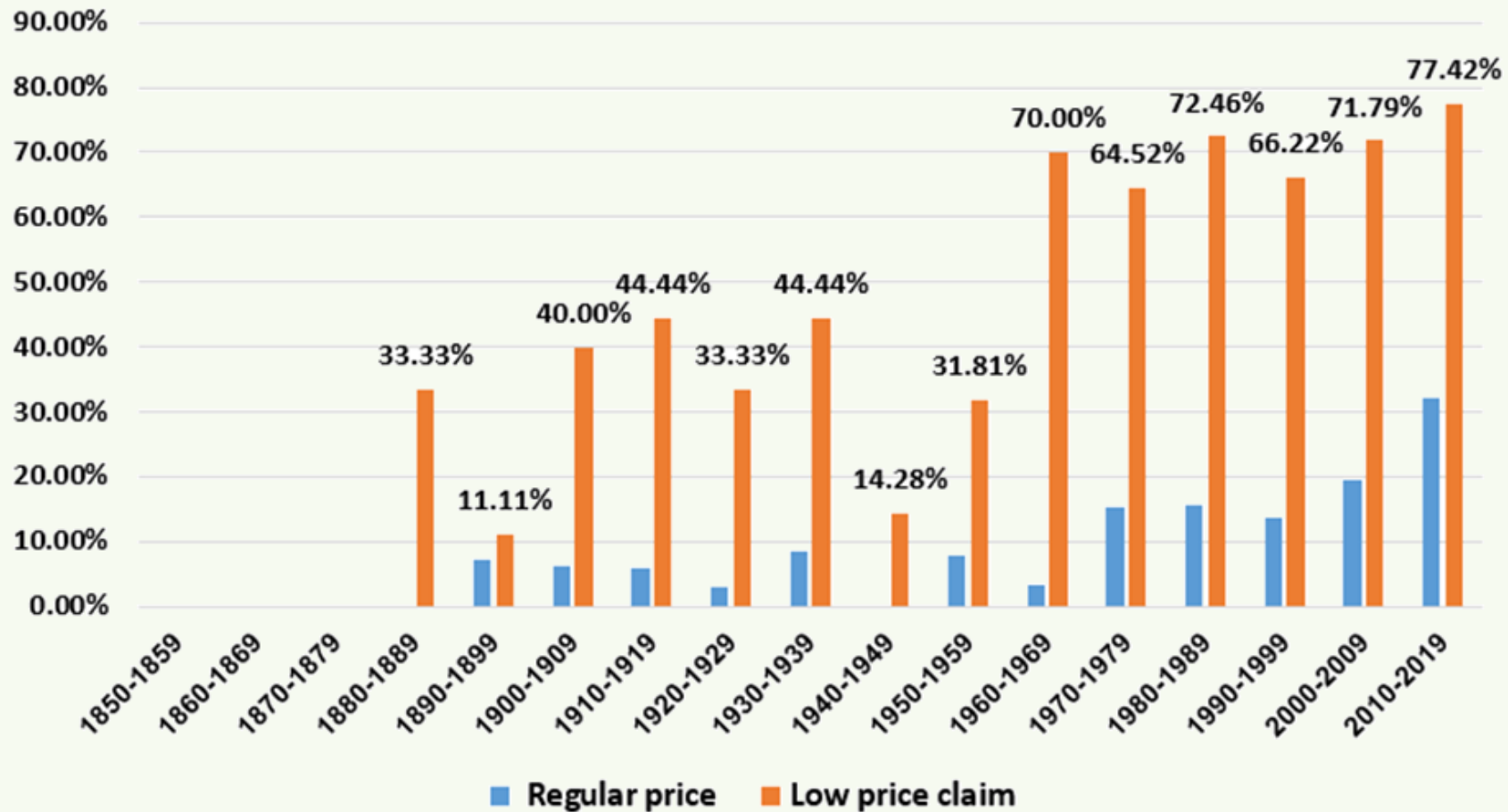
”הלבשה”, ב-WP לאורך השנים, בחלוקה לעשורים



## תוצאות - קטגוריות מוצר / שירות עם וללא רמיזה להנחה לאורך השנים

תרשים 12. % המחירים בקטגוריית Just below בקרב פרסומות עם רמיזה להנחה ובקרב פרסומות ללא רמיזה להנחה בקטגוריית המוצר "כלי

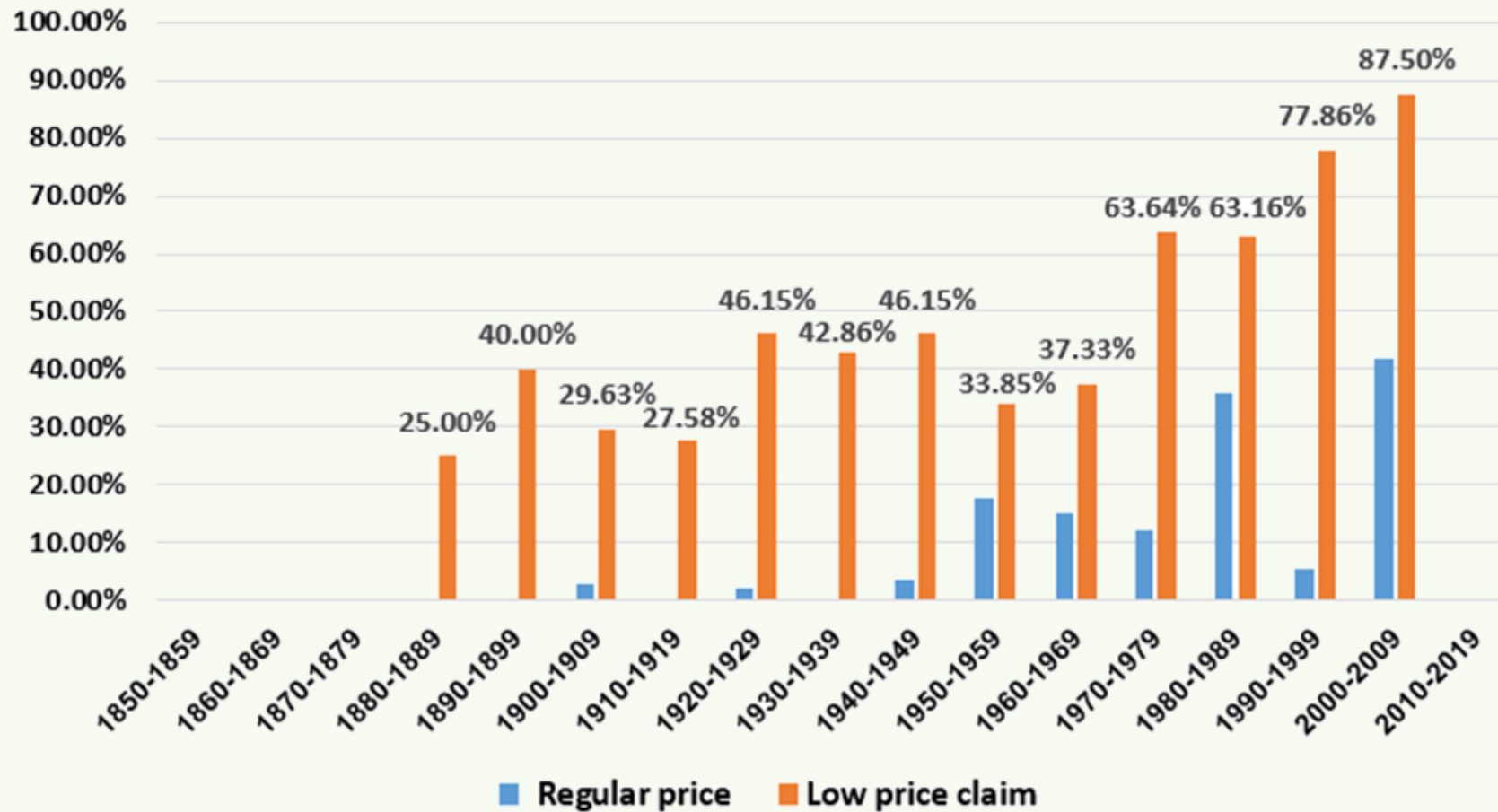
בית", ב-NYT לאורך השנים, בחלוקה לעשורים



## תוצאות - קטגוריות מוצר / שירות עם וללא רמיזה להנחה לאורך השנים

תרשים 13. % המחירים בקטגוריית Just below בקרב פרסומות עם רמיזה להנחה ובקרב פרסומות ללא רמיזה להנחה בקטגוריית המוצר "כלי

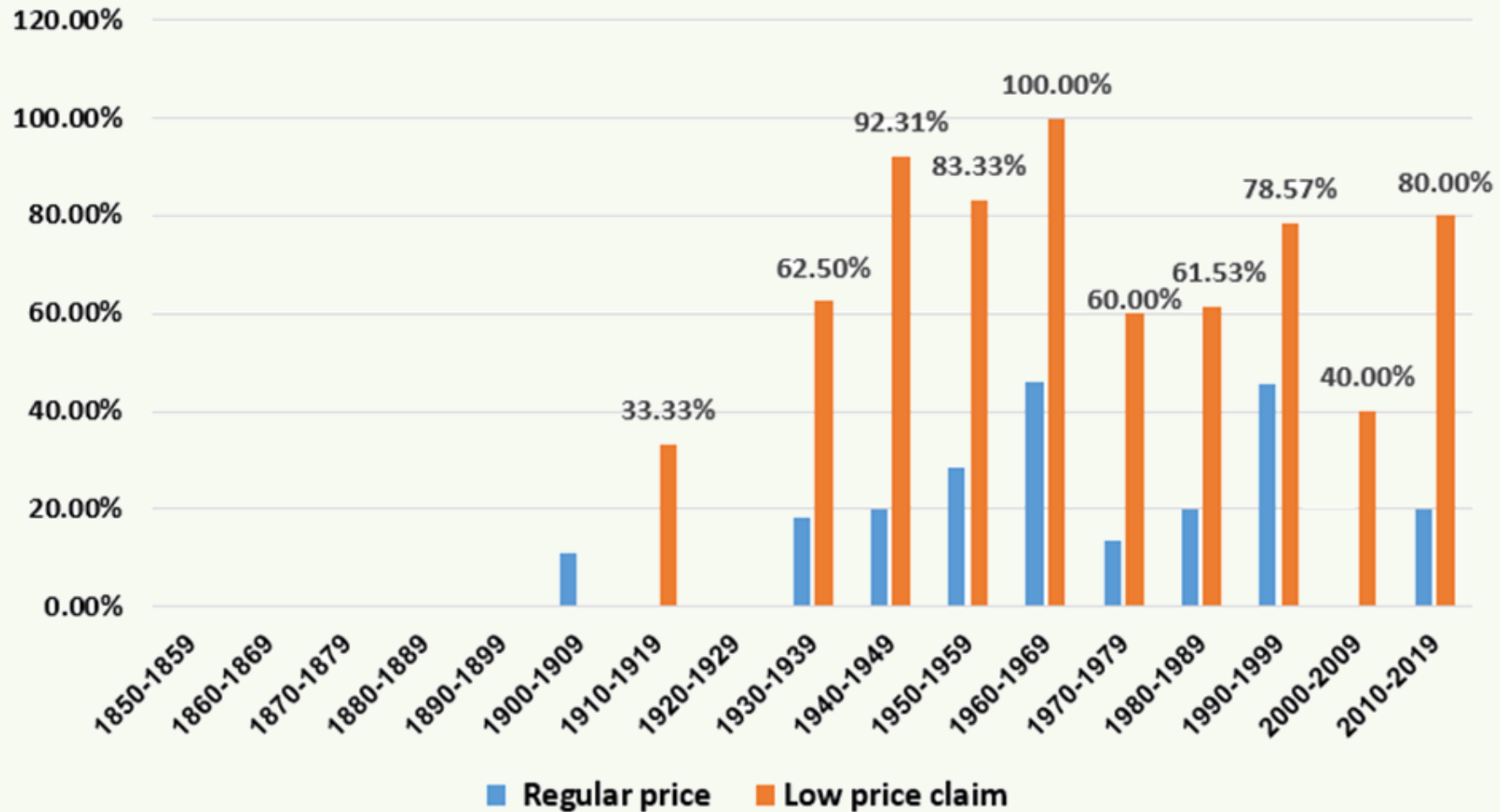
בית", ב-WP לאורך השנים, בחלוקה לעשורים



## תוצאות - קטגוריות מוצר / שירות עם וללא רמיזה להנחה לאורך השנים

תרשים 14. % המחירים בקטגוריית Just below בקרב פרסומות עם רמיזה להנחה ובקרב פרסומות ללא רמיזה להנחה בקטגוריית המוצר

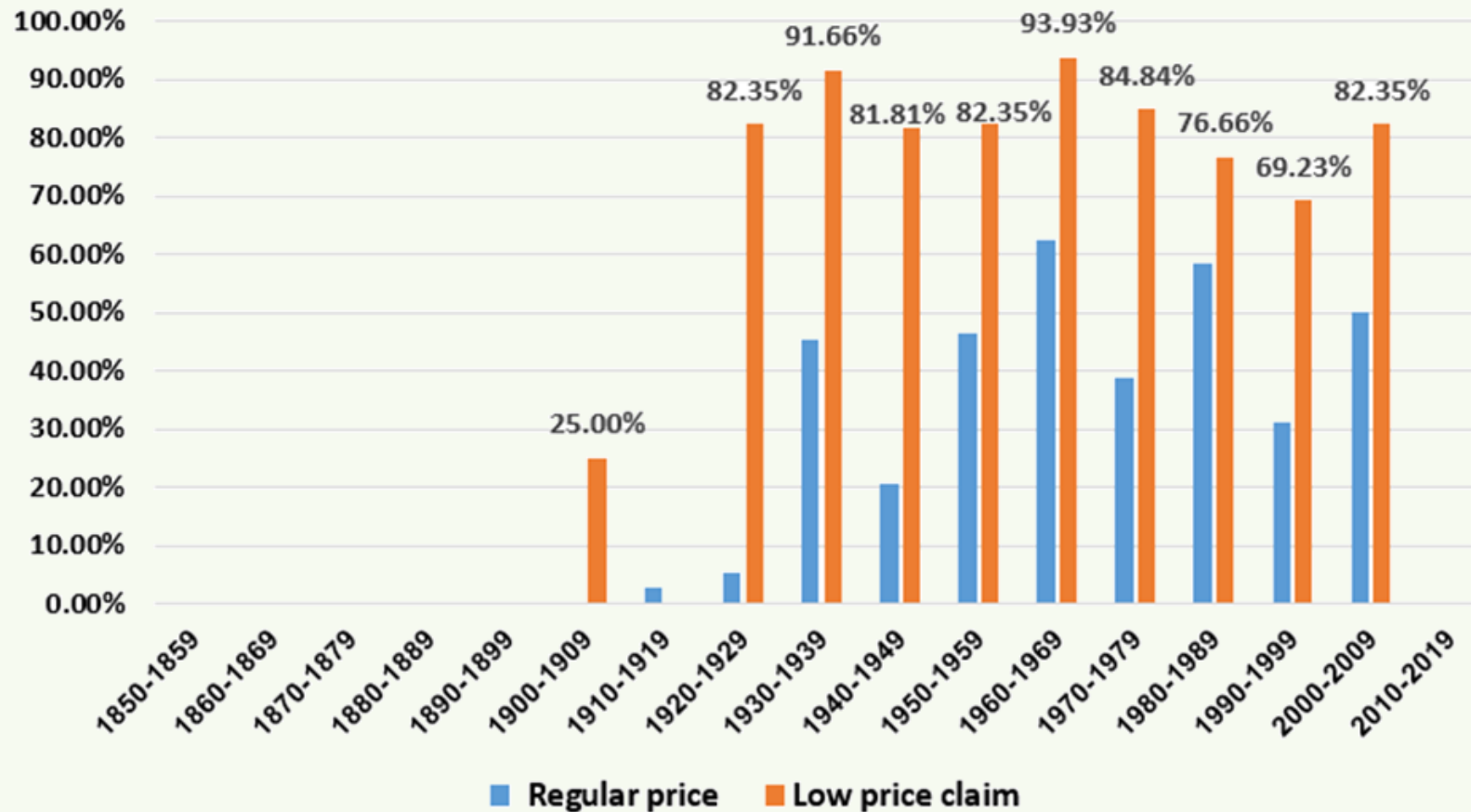
”אוכל ומשקאות”, ב-NYT לאורך השנים, בחלוקה לעשורים



# תוצאות - קטגוריות מוצר / שירות עם וללא רמיזה להנחה לאורך השנים

תרשים 15. % המחירים בקטגוריית Just below בקרב פרסומות עם רמיזה להנחה ובקרב פרסומות ללא רמיזה להנחה בקטגוריית המוצר

”אוכל ומשקאות”, ב-WP לאורך השנים, בחלוקה לעשורים





1. סיומות מחירים הכי שכיחים בנתונים שלנו הם 0, 5, ו-9 (בספרה האחרונה) ו-00, 25, 50, 95, 75, ו-99 (בשתי הספרות האחרונות)
2. בתחילת תקופת המדגם, בין 90% - 95% מהמחירים היו עגולים, ולשאר היה סיומת חדה (לא היו מחירים עם סיומת 9)
3. מחירים עם סיומת 9 הופיעו לראשונה, בשני העיתונים, ב-1880
4. הגידול בפופולריות מחירים עם סיומת 9 הייתה הדרגתית מ- 3%-4% בתחילת שנות ה-1880 עד ל- 35%-60% בשנות ה-2010
5. הגידול בשימוש במחירים עם סיומת 9 בא בעיקר על חשבון מחירים עגולים, שאחוזיהם ירד מ- 90% ל- 30%-60%
6. שתי ספרות: ב- NYT (WP) הסיומת 99 עלתה מ- 0% בשנות 1850 ל- 25% (47%) בשנות 2010, על חשבון סיומות 25, 50, ו-75
7. מחירים עם סיומת 9 הכי נפוצים בקטגוריות: "הלבשה", "כלי בית", ו-"מזון ומשקאות"
8. מחירים עם סיומת 9 נכנסו לשימוש בקטגוריות הנ"ל ובהדרגה התפשטו לקטגוריות אחרות
9. קונטקסט – ישנו קשר חזק בין מחירים עם סיומת 9 ורמיזה של הנחה/מבצע (נכון גם ברמה של קטגוריות), וקשר זה מתחיל מהעשור הראשון של הופעת סיומת 9. תוצאה זו מחזקת את הסברה שהיצרנים "גילו" שמחירים עם סיומת 9 מגדילים את המכירות ומחלישה את הסברה של Hower שהשימוש במחירים עם סיומת 9 החל בעיקר למניעת גניבות.

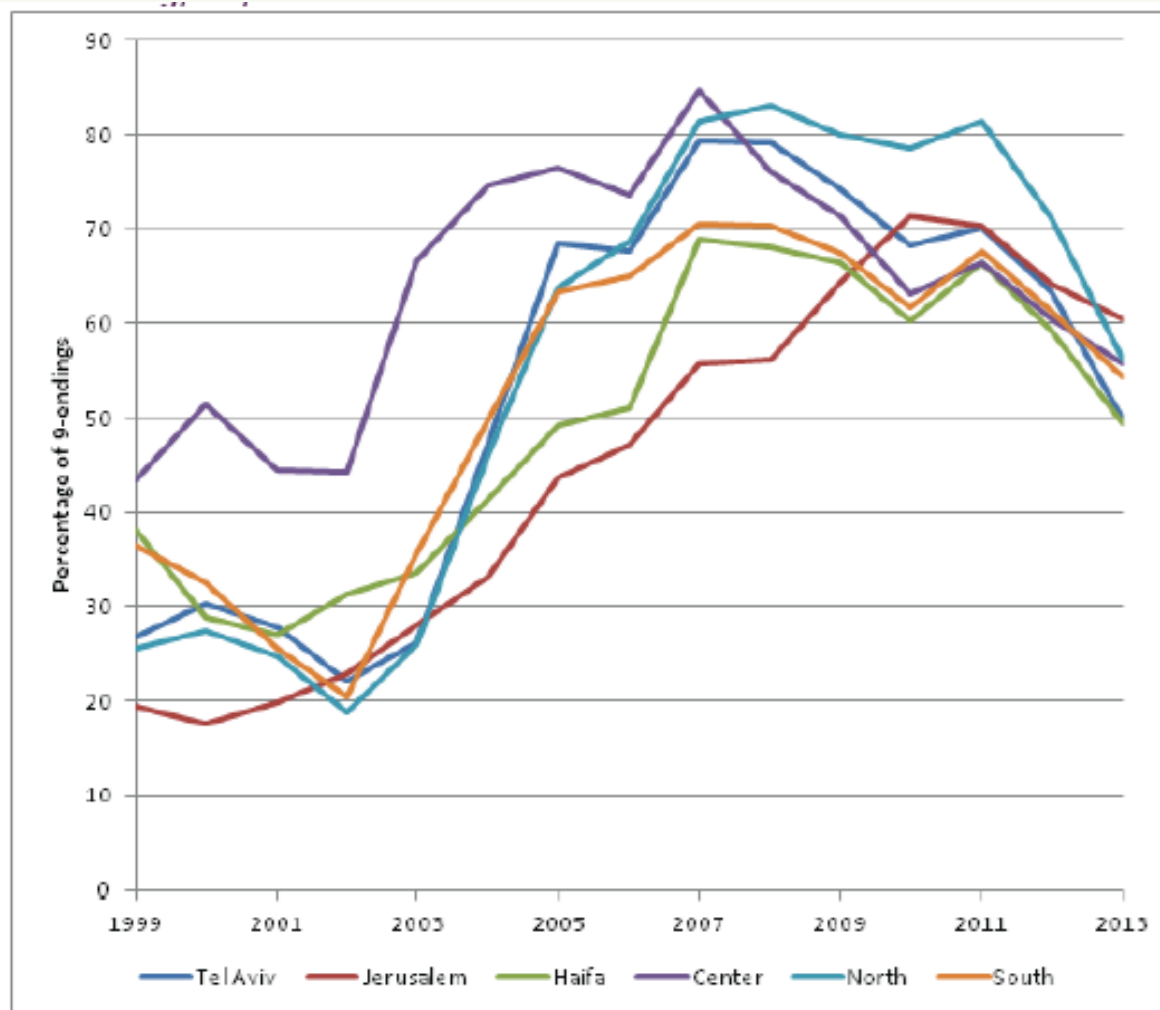


1. המחירים שבבסיס הנתונים שלנו, הם מחירים שפורסמו על ידי המשווקים בעיתון. כלומר, זהו איננו מדגם מקרי של מחירים, אלא מחירים שהמשווקים בחרו לפרסם.
2. הגבלנו את עצמנו לשני עיתונים
3. מעניין האם תהליך ההתפשטות של סיומת 9 במחירים היה ייחודי לארה"ב או שהוא התרחש במקביל גם במדינות אחרות
4. סיומת 9 איננו פופולרי באופן אוניברסלי, ישנם גורמים תרבותיים
5. בסין, הסיומת הנפוצה ביותר במחירים הוא 8 (בתרבות הסינית 8 נחשב למספר מזל)
6. ביפן, הספרה 4 לא מופיע כמעט כי הוא קשור למוות (בהרבה בניינים גבוהים חסרים קומות 4 ו-40)
7. בישראל, כשהתחנת, הרבה צ'קים שקיבלנו היו על סך 180 לירות (10 פעמים 18 = "חי")



בישראל נראה שלא היה שימוש במחירים עם סיומת 9 לפני 1985-1980.

שאלה מעניינית – מה הוביל לתחילת השימוש בסיומת 9 בישראל, ואיך השימוש בה התרחב כפי שהסרטוט מראה?



שמתם לב שמצגת זו מכילה 60 עמודים (לא 59)?

**תודה רבה!**



נספח 1. צילום מסך מאתר ספריית Rutgers University עם קישור ל-NYT ב-ProQuest



[HOME](#) / [DATABASES](#)

## New York Times (ProQuest Historical Newspapers)

**Titles** New York Times (ProQuest Historical Newspapers)  
ProQuest Historical Newspapers: New York Times

**Access/status** Restricted

**URL** [Connect to database](#)

**Description** *ProQuest Historical Newspapers: The New York Times* collection contains every issue of the *New York Times* published from September 18, 1851 (its first issue) to 3 years prior to the current year, including all articles, illustrations, and advertisements. Each issue has been fully digitized and indexed. The title changed from the *New York Daily Times* to the *New York Times* in 1857.



נספח 2. בסיס נתוני מחירים מפרסומות מ-New York Times, לשנים 1851 ו-1852

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y
1	PriceNumber	Year	Month	Day	Day2	ad num	Price	M	HT	TT	Th	H	T	O	D	P	Product	RT	RT	RH	RT	RO	RD	RF	Cue
2	1	1851	9	18	Thu	2	75								7	5	Printed products								
3	2	1851	9	26	Fri	3	50								5	0	Attraction tickets								
4	3	1851	10	4	Sat	3	10						1	0			Ship tickets								
5	4	1851	10	6	Mon	2	1.50							1	5	0	Printed products								
6	5	1851	10	14	Tue	2	2.50							2	5	0	Printed products								
7	6	1851	10	22	Wed	2	25								2	5	Attraction tickets								
8	7	1851	10	30	Thu	3	70						7	0			Ship tickets								
9	8	1851	11	7	Fri	4	25								2	5	Attraction tickets								
10	9	1851	11	15	Sat	2	1.50							1	5	0	Attraction tickets								
11	10	1851	11	17	Mon	3	50						5	0			Ship tickets								
12	11	1851	11	25	Tue	2	50								5	0	Printed products								
13	12	1851	12	3	Wed	3	75								7	5	Shoes								
14	13	1851	12	11	Thu	4	10						1	0			Clothing				2	0			Worth 20\$ for 10\$
15	14	1851	12	19	Fri	6	60						6	0			Ship tickets								
16	15	1851	12	27	Sat	2	100				1	0	0				Education								
17	16	1851	12	29	Mon	4	1.25							1	2	5	Printed products								
18	17	1852	1	6	Tue	1	4.50							4	5	0	Shoes					6			Usually sold at 6\$
19	18	1852	1	14	Wed	2	120				1	2	0				Ship tickets								
20	19	1852	1	22	Thu	3	25								2	5	Printed products								
21	20	1852	1	30	Fri	6	300				3	0	0				Ship tickets								
22	21	1852	2	7	Sat	2	50								5	0	Attraction tickets								
23	22	1852	2	9	Mon	3	50								5	0	Printed products								
24	23	1852	2	17	Tue	5	25						2	5			Ship tickets								
25	24	1852	2	25	Wed	6	2.50							2	5	0	Train tickets								Reduce to
26	25	1852	3	4	Thu	7	25								2	5	Attraction tickets								
27	26	1852	3	12	Fri	2	12						1	2			Clothing				2	5			Worth 25\$ and sold for 12\$
28	27	1852	3	15	Mon	3	2.50							2	5	0	Pharmaceutical drug								Three bottles for 2.50\$
29	28	1852	3	23	Tue	5	270					2	7	0			Ship tickets								
30	29	1852	3	31	Wed	1	40								4	0	Printed products								
31	30	1852	4	8	Thu	2	1.25							1	2	5	Printed products								
32	31	1852	4	16	Fri	4	3.50								3	5	0	Clothing							Equal to these sold for 4\$
33	32	1852	4	19	Mon	2	25								2	5	Printed products								
34	33	1852	4	27	Tue	3	50								5	0	Printed products								
35	34	1852	5	5	Wed	4	25								2	5	Attraction tickets								



ProQuest Historical Newspapers: The Washington Post

< Back to results < 11 of 26 >

Full Text | Historical Newspaper

Display Ad 12 -- No Title

The Washington Post (1923-1954); Washington, D.C. [Washington, D.C]. 22 May 1926: 10. [Browse this issue](#)

- Full text - PDF
- Page view - PDF
- Details

**Pied Piper Shoes for Children**

Illustrated is the Blucherette oxford in patent leather, tan calf, smoked elk or white elk. These Pied Piper shoes are nailless and flexible, and give the children perfect foot comfort.

<i>Infants' sizes, 2 to 5.....</i>	<i>\$2.75</i>
<i>Children's sizes, 5 to 8.....</i>	<i>3.75</i>
<i>Juniors' sizes, 8½ to 12.....</i>	<i>4.25</i>

**STETSON SHOE SHOP**  
1305 F Street



נספח 4. פרסומת מתוך NYT, תאריך: 14/05/1872

ProQuest Historical Newspapers: The New York Times

< Back to results < 2 of 31 >

Full Text | Historical Newspaper

Display Ad 26 -- No Title

New York Times (1857-1922); New York, N.Y. [New York, N.Y.]. 14 May 1872: 7. [Browse this issue](#)

Full text - PDF

Page view - PDF

Details

**FATHER GAVAZZI,**  
 "The Elijah of Italy,"  
 will deliver his great lecture,  
*Papal Infallibility,*  
 to-night, at  
 Association Hall.  
 Tickets, 50 cents. Reserved seats, 75 cents. For sale  
 at Schirmer's, No. 701 Broadway, and at the Hall,  
 23d-st. and 4th-av.

