

## Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Сентябрь 2016 - Февраль 2017



### Вauer Media. Женский интерес

	тысяч человек	доля от аудитории, %
<b>Аудитория</b>	3 551,0	100%
<b>Возраст</b>		
16-19	85,4	2%
20-24	224,8	6%
25-34	736,4	21%
35-44	685,6	19%
45-54	666,2	19%
55-64	640,7	18%
65+	511,8	14%
<b>Занятость</b>		
не работают	1 255,2	35%
работают	2 295,7	65%
<b>Материальное положение семьи</b>		
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	952,1	27%
не хватает денег на еду	79,5	2%
нет ответа	41,9	1%
полный достаток, не ограничены в средствах	120,5	3%
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	1 973,6	56%
хватает на еду, но не на одежду	383,3	11%
<b>Наличие в семье детей до 16 лет</b>		
Есть дети в семье	1 402,6	40%
Нет детей в семье	2 141,4	60%
нет ответа	7,0	0%
<b>Образование</b>		
высшее	1 310,3	37%
н. среднее	101,2	3%
среднее	2 139,5	60%
<b>Округ</b>		
Дальневосточный	107,8	3%
Приволжский	800,2	23%
Северо-Западный	381,6	11%
Северо-Кавказский	122,9	3%
Сибирский	339,2	10%
Уральский	291,1	8%
Центральный	1 136,9	32%
Южный	371,4	10%
<b>Пол</b>		
женщины	2 801,4	79%
мужчины	749,5	21%
<b>Социальный статус</b>		
безработные	117,2	3%
домохозяйки, молодые мамы	240,5	7%
нет ответа	125,2	4%
пенсионеры	760,1	21%
рабочие	604,6	17%
руководители	450,0	13%
служащие	467,0	13%
специалисты	657,5	19%
студенты, учащиеся	128,9	4%



MEDIA GROUP