

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Сентябрь 2016 - Февраль 2017



Вauer Media. Большой потенциал

	тысяч человек	доля от аудитории, %
Аудитория	7 446,7	100%
Возраст		
16-19	220,3	3%
20-24	464,1	6%
25-34	1 715,0	23%
35-44	1 429,4	19%
45-54	1 326,5	18%
55-64	1 309,6	18%
65+	981,7	13%
Занятость		
не работают	2 569,7	35%
работают	4 877,0	65%
Материальное положение семьи		
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	2 226,1	30%
не хватает денег на еду	109,9	1%
нет ответа	75,4	1%
полный достаток, не ограничены в средствах	180,2	2%
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	4 071,0	55%
хватает на еду, но не на одежду	784,0	11%
Наличие в семье детей до 16 лет		
Есть дети в семье	2 990,1	40%
Нет детей в семье	4 431,5	60%
нет ответа	25,2	0%
Образование		
высшее	2 462,6	33%
н. среднее	188,5	3%
среднее	4 795,6	64%
Округ		
Дальневосточный	324,3	4%
Приволжский	1 295,1	17%
Северо-Западный	868,4	12%
Северо-Кавказский	227,4	3%
Сибирский	850,9	11%
Уральский	637,6	9%
Центральный	2 640,8	35%
Южный	602,1	8%
Пол		
женщины	4 489,9	60%
мужчины	2 956,8	40%
Социальный статус		
безработные	273,6	4%
домохозяйки, молодые мамы	502,0	7%
нет ответа	200,8	3%
пенсионеры	1 507,9	20%
рабочие	1 726,9	23%
руководители	1 025,2	14%
служащие	787,6	11%
специалисты	1 163,2	16%
студенты, учащиеся	259,6	3%



MEDIA GROUP