

## Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Сентябрь 2016 - Февраль 2017



### Вauer Media. Зрелый возраст

	тысяч человек	доля от аудитории, %
<b>Аудитория</b>	3 721,5	100%
<b>Возраст</b>		
16-19	84,9	2%
20-24	210,4	6%
25-34	669,5	18%
35-44	629,5	17%
45-54	692,4	19%
55-64	763,0	21%
65+	671,8	18%
<b>Занятость</b>		
не работают	1 395,8	38%
работают	2 325,7	62%
<b>Материальное положение семьи</b>		
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	933,3	25%
не хватает денег на еду	87,2	2%
нет ответа	61,0	2%
полный достаток, не ограничены в средствах	123,7	3%
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	2 072,9	56%
хватает на еду, но не на одежду	443,4	12%
<b>Наличие в семье детей до 16 лет</b>		
Есть дети в семье	1 318,3	35%
Нет детей в семье	2 392,3	64%
нет ответа	11,0	0%
<b>Образование</b>		
высшее	1 339,2	36%
н. среднее	108,6	3%
среднее	2 273,7	61%
<b>Округ</b>		
Дальневосточный	130,0	3%
Приволжский	744,9	20%
Северо-Западный	402,9	11%
Северо-Кавказский	131,1	4%
Сибирский	357,2	10%
Уральский	346,4	9%
Центральный	1 249,3	34%
Южный	359,6	10%
<b>Пол</b>		
женщины	2 763,9	74%
мужчины	957,7	26%
<b>Социальный статус</b>		
безработные	136,6	4%
домохозяйки, молодые мамы	179,4	5%
нет ответа	137,5	4%
пенсионеры	939,5	25%
рабочие	667,8	18%
руководители	480,7	13%
служащие	411,5	11%
специалисты	637,8	17%
студенты, учащиеся	130,8	4%



MEDIA GROUP