

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Сентябрь 2016 - Февраль 2017



Народный совет

	тысяч человек	доля от аудитории, %
Аудитория	349,4	100%
Возраст		
16-19	2,5	1%
20-24	11,6	3%
25-34	42,3	12%
35-44	41,1	12%
45-54	70,5	20%
55-64	98,5	28%
65+	83,1	24%
Занятость		
не работают	159,8	46%
работают	189,6	54%
Материальное положение семьи		
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	80,3	23%
не хватает денег на еду	8,7	2%
нет ответа	9,6	3%
полный достаток, не ограничены в средствах	12,4	4%
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	183,9	53%
хватает на еду, но не на одежду	54,5	16%
Наличие в семье детей до 16 лет		
Есть дети в семье	101,7	29%
Нет детей в семье	243,7	70%
нет ответа	4,1	1%
Образование		
высшее	114,2	33%
н. среднее	9,5	3%
среднее	225,6	65%
Округ		
Дальневосточный	23,4	7%
Приволжский	72,4	21%
Северо-Западный	38,1	11%
Северо-Кавказский	6,8	2%
Сибирский	30,6	9%
Уральский	12,4	4%
Центральный	142,7	41%
Южный	23,1	7%
Пол		
женщины	263,6	75%
мужчины	85,8	25%
Социальный статус		
безработные	14,0	4%
домохозяйки, молодые мамы	12,0	3%
нет ответа	18,7	5%
пенсионеры	127,1	36%
рабочие	45,1	13%
руководители	37,2	11%
служащие	36,7	11%
специалисты	54,2	15%
студенты, учащиеся	4,4	1%



BAUER
MEDIA GROUP