

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Май 2019 - Октябрь 2019



Наш совет

	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	137.0	100%	100
Пол			
женщины	83.2	61%	109
мужчины	53.8	39%	89
Возраст			
16-19	1.4	1%	24
20-24	5.1	4%	61
25-34	27.4	20%	92
35-44	20.8	15%	80
45-54	25.9	19%	124
55-64	29.0	21%	132
65+	27.3	20%	114
Пол / возраст			
жен/16-19	0.0	0%	0
жен/20-24	1.4	1%	34
жен/25-34	11.2	8%	72
жен/35-44	12.0	9%	89
жен/45-54	13.2	10%	118
жен/55-64	20.4	15%	158
жен/65+	25.1	18%	155
муж/16-19	1.4	1%	46
муж/20-24	3.8	3%	88
муж/25-34	16.3	12%	114
муж/35-44	8.8	6%	71
муж/45-54	12.6	9%	131
муж/55-64	8.7	6%	95
муж/65+	2.2	2%	28
Занятость			
не работают	54.3	40%	104
работают	82.7	60%	98
Материальное положение семьи			
не хватает денег на еду	0.5	0%	17
нет ответа	0.0	0%	0
хватает на еду. но не на одежду	18.7	14%	128
хватает на еду и одежду. но не на дорогие вещи	65.1	48%	96
могут покупать дорогие вещи. но не все. что захотят	43.4	32%	102
полный достаток. не ограничены в средствах	9.3	7%	154
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	51.0	37%	96
Нет детей в семье	85.3	62%	102
нет ответа	0.7	1%	167
Образование			
высшее	61.2	45%	115
н. среднее	3.5	3%	67
среднее	72.3	53%	92
Округ			
Дальневосточный	1.7	1%	25
Приволжский	26.2	19%	98
Северо-Западный	14.8	11%	102
Северо-Кавказский	0.0	0%	0
Сибирский	11.4	8%	73
Уральский	4.2	3%	37
Центральный	70.3	51%	155
Южный	8.3	6%	73
Семейное положение			
женат / замужем	96.3	70%	121
нет ответа	0.0	0%	0
холост / не замужем	40.7	30%	72
Социальный статус			
безработные	2.5	2%	60
нет ответа	3.3	2%	83
пенсионеры	46.1	34%	144
рабочие	6.8	5%	28
руководители	25.1	18%	129
служащие	10.6	8%	79
специалисты	38.6	28%	158
студенты. учащиеся	1.4	1%	22
домохозяйки. молодые мамы	2.6	2%	30



BAUER
MEDIA GROUP