

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Сентябрь 2022 - Февраль 2023



	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	387,3	100%	100
Пол			
женщины	234,2	61%	109
мужчины	153,1	40%	89
Возраст			
16-24	48,4	13%	122
25-34	74,6	19%	107
35-44	71,7	19%	88
45-54	67,8	18%	109
55-64	29,0	8%	48
65+	95,8	25%	129
Пол / возраст			
жен/16-24	15,5	4%	82
жен/25-34	40,1	10%	109
жен/35-44	44,0	11%	103
жен/45-54	34,5	9%	104
жен/55-64	21,6	6%	62
жен/65+	78,5	20%	157
муж/16-24	32,9	9%	157
муж/25-34	34,5	9%	105
муж/35-44	27,7	7%	71
муж/45-54	33,3	9%	115
муж/55-64	7,3	2%	29
муж/65+	17,3	5%	71
Занятость			
не работают	149,2	39%	95
работают	238,1	62%	103
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	111,7	29%	92
не хватает денег на еду	7,7	2%	99
полный достаток, не ограничены в средствах	30,7	8%	149
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	213,5	55%	109
хватает на еду, но не на одежду	20,7	5%	60
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	166,2	43%	108
Нет детей в семье	221,1	57%	95
Образование			
высшее	141,3	37%	93
н. среднее	19,0	5%	144
среднее	227,0	59%	102
Округ			
Дальневосточный	0,0		0
Приволжский	67,2	17%	90
Северо-Западный	66,3	17%	162
Северо-Кавказский	33,6	9%	216
Сибирский	46,4	12%	105
Уральский	10,4	3%	32
Центральный	144,2	37%	112
Южный	17,5	5%	54
Семейное положение			
женат / замужем	222,6	58%	98
холост / не замужем	164,7	43%	103
Социальный статус			
безработные	14,5	4%	102
домохозяйки, молодые мамы	20,5	5%	83
иное (старт-ап, фриланс)	0,0	#ЗНАЧ!	0
пенсионеры	99,6	26%	103
рабочие	70,4	18%	112
руководители	30,6	8%	58
самозанятый	4,3	1%	60
служащие	24,6	6%	74
специалисты	100,1	26%	150
студенты, учащиеся	14,0	4%	78

