

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Сентябрь 2016 - Февраль 2017



Все для женщины

	тысяч человек	доля от аудитории, %
Аудитория	698,5	100%
Возраст		
16-19	7,7	1%
20-24	24,3	3%
25-34	126,1	18%
35-44	120,0	17%
45-54	135,0	19%
55-64	174,6	25%
65+	110,9	16%
Занятость		
не работают	280,3	40%
работают	418,3	60%
Материальное положение семьи		
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	158,4	23%
не хватает денег на еду	22,2	3%
нет ответа	7,3	1%
полный достаток, не ограничены в средствах	22,6	3%
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	389,2	56%
хватает на еду, но не на одежду	98,8	14%
Наличие в семье детей до 16 лет		
Есть дети в семье	254,3	36%
Нет детей в семье	440,2	63%
нет ответа	4,0	1%
Образование		
высшее	219,8	31%
н. среднее	23,4	3%
среднее	455,3	65%
Округ		
Дальневосточный	9,2	1%
Приволжский	166,2	24%
Северо-Западный	98,2	14%
Северо-Кавказский	11,5	2%
Сибирский	70,8	10%
Уральский	41,0	6%
Центральный	259,5	37%
Южный	42,1	6%
Пол		
женщины	651,6	93%
мужчины	46,9	7%
Социальный статус		
безработные	9,0	1%
домохозяйки, молодые мамы	65,9	9%
нет ответа	21,8	3%
пенсионеры	195,5	28%
рабочие	112,9	16%
руководители	75,5	11%
служащие	98,5	14%
специалисты	111,4	16%
студенты, учащиеся	8,1	1%



MEDIA GROUP