

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Март 2018 - Июль 2018



Магия женщины

	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	337,1	100%	100
Пол			
женщины	300,1	89%	160
мужчины	37,0	11%	25
Возраст			
16-19	6,7	2%	46
20-24	19,6	6%	86
25-34	81,8	24%	110
35-44	34,9	10%	56
45-54	73,9	22%	143
55-64	77,5	23%	144
65+	42,8	13%	75
Пол / возраст			
жен/16-19	5,3	2%	76
жен/20-24	11,3	3%	98
жен/25-34	74,5	22%	193
жен/35-44	31,3	9%	97
жен/45-54	65,0	19%	233
жен/55-64	72,3	22%	228
жен/65+	40,4	12%	104
муж/16-19	1,4	0%	19
муж/20-24	8,3	3%	73
муж/25-34	7,3	2%	20
муж/35-44	3,6	1%	12
муж/45-54	9,0	3%	38
муж/55-64	5,1	2%	23
муж/65+	2,3	1%	13
Занятость			
не работают	118,7	35%	88
работают	218,5	65%	108
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	92,8	28%	89
не хватает денег на еду	14,3	4%	215
нет ответа	4,6	1%	53
полный достаток, не ограничены в средствах	19,0	6%	131
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	178,9	53%	106
хватает на еду, но не на одежду	27,5	8%	81
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	142,9	42%	113
Нет детей в семье	193,4	57%	92
нет ответа	0,8	0%	56
Образование			
высшее	127,9	38%	98
н. среднее	4,4	1%	32
среднее	204,9	61%	106
Округ			
Дальневосточный	12,6	4%	98
Приволжский	60,6	18%	92
Северо-Западный	29,1	9%	81
Северо-Кавказский	10,8	3%	83
Сибирский	37,8	11%	89
Уральский	21,7	6%	78
Центральный	138,0	41%	125
Южный	26,5	8%	93
Семейное положение			
женат / замужем	183,6	55%	95
нет ответа	0,0	0%	0
холост / не замужем	153,5	46%	107
Социальный статус			
безработные	15,5	5%	130
домохозяйки, молодые мамы	26,8	8%	128
нет ответа	7,5	2%	65
пенсионеры	69,6	21%	86
рабочие	53,7	16%	89
руководители	43,8	13%	93
служащие	48,1	14%	175
специалисты	66,0	20%	111
студенты, учащиеся	6,2	2%	35



MEDIA GROUP