

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Март 2018 - Июль 2018



Дачный сезон

	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	1 132,0	100%	100
Пол			
женщины	715,8	63%	114
мужчины	416,2	37%	83
Возраст			
16-19	25,3	2%	51
20-24	42,9	4%	56
25-34	196,2	17%	79
35-44	137,7	12%	66
45-54	193,3	17%	111
55-64	282,5	25%	156
65+	254,1	22%	132
Пол / возраст			
жен/16-19	15,3	1%	65
жен/20-24	20,8	2%	53
жен/25-34	93,1	8%	72
жен/35-44	80,4	7%	74
жен/45-54	141,0	13%	151
жен/55-64	157,8	14%	148
жен/65+	207,5	18%	159
муж/16-19	10,0	1%	39
муж/20-24	22,1	2%	58
муж/25-34	103,1	9%	86
муж/35-44	57,3	5%	57
муж/45-54	52,2	5%	65
муж/55-64	124,7	11%	167
муж/65+	46,7	4%	75
Занятость			
не работают	479,2	42%	106
работают	652,8	58%	96
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	360,7	32%	103
не хватает денег на еду	14,6	1%	66
нет ответа	18,5	2%	64
полный достаток, не ограничены в средствах	51,5	5%	106
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	592,4	52%	104
хватает на еду, но не на одежду	94,3	8%	83
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	396,8	35%	94
Нет детей в семье	729,4	64%	104
нет ответа	5,7	1%	120
Образование			
высшее	365,0	32%	83
н. среднее	31,4	3%	68
среднее	735,6	65%	114
Округ			
Дальневосточный	32,9	3%	76
Приволжский	215,5	19%	97
Северо-Западный	116,5	10%	97
Северо-Кавказский	11,8	1%	27
Сибирский	119,8	11%	84
Уральский	148,8	13%	159
Центральный	413,3	37%	111
Южный	73,4	7%	77
Семейное положение			
женат / замужем	731,9	65%	113
нет ответа	2,3	0%	65
холост / не замужем	397,8	35%	83
Социальный статус			
безработные	50,5	5%	126
домохозяйки, молодые мамы	47,6	4%	68
нет ответа	18,5	2%	48
пенсионеры	342,0	30%	125
рабочие	209,0	19%	104
руководители	130,9	12%	83
служащие	85,5	8%	93
специалисты	210,6	19%	106
студенты, учащиеся	37,4	3%	64



BAUER
MEDIA GROUP