

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Сентябрь 2017 - Февраль 2018



Дачный сезон

	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	746,2	100%	100
Пол			
женщины	518,7	70%	125
мужчины	227,5	31%	69
Возраст			
16-19	14,1	2%	44
20-24	12,7	2%	25
25-34	79,5	11%	48
35-44	118,2	16%	86
45-54	149,6	20%	131
55-64	188,4	25%	158
65+	183,6	25%	145
Пол / возраст			
жен/16-19	9,1	1%	58
жен/20-24	3,2	0%	13
жен/25-34	33,9	5%	40
жен/35-44	71,8	10%	100
жен/45-54	104,1	14%	169
жен/55-64	152,3	20%	217
жен/65+	144,1	19%	168
муж/16-19	5,0	1%	30
муж/20-24	9,5	1%	37
муж/25-34	45,6	6%	57
муж/35-44	46,4	6%	70
муж/45-54	45,5	6%	86
муж/55-64	36,0	5%	73
муж/65+	39,5	5%	96
Занятость			
не работают	320,0	43%	110
работают	426,2	57%	94
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	206,5	28%	93
не хватает денег на еду	24,2	3%	182
нет ответа	13,0	2%	58
полный достаток, не ограничены в средствах	21,4	3%	69
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	408,7	55%	108
хватает на еду, но не на одежду	72,5	10%	93
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	246,1	33%	87
Нет детей в семье	488,6	66%	106
нет ответа	11,5	2%	371
Образование			
высшее	260,0	35%	90
н. среднее	17,1	2%	55
среднее	469,1	63%	110
Округ			
Дальневосточный	6,5	1%	23
Приволжский	140,9	19%	96
Северо-Западный	104,4	14%	132
Северо-Кавказский	10,0	1%	35
Сибирский	71,3	10%	76
Уральский	69,4	9%	112
Центральный	296,6	40%	121
Южный	46,9	6%	75
Семейное положение			
женат / замужем	484,4	65%	112
нет ответа	0,0	#ЗНАЧ!	0
холост / не замужем	260,9	35%	84
Социальный статус			
безработные	13,6	2%	54
домохозяйки, молодые мамы	29,7	4%	66
нет ответа	14,3	2%	57
пенсионеры	264,3	35%	149
рабочие	104,1	14%	80
руководители	98,8	13%	94
служащие	95,2	13%	137
специалисты	116,9	16%	89
студенты, учащиеся	9,3	1%	24



BAUER
MEDIA GROUP