

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Декабрь 2016 - Апрель 2017



Просто вкусно/Готовим дома

	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	612,8	100%	100
Пол			
женщины	428,0	70%	125
мужчины	184,8	30%	68
Возраст			
16-19	24,8	4%	94
20-24	29,3	5%	63
25-34	140,6	23%	104
35-44	141,1	23%	127
45-54	112,7	18%	118
55-64	87,7	14%	90
65+	76,5	12%	76
Пол / возраст			
жен/16-19	12,0	2%	93
жен/20-24	16,1	3%	69
жен/25-34	86,3	14%	124
жен/35-44	96,7	16%	168
жен/45-54	77,8	13%	151
жен/55-64	69,9	11%	122
жен/65+	69,1	11%	101
муж/16-19	12,8	2%	94
муж/20-24	13,2	2%	58
муж/25-34	54,3	9%	83
муж/35-44	44,4	7%	83
муж/45-54	34,9	6%	80
муж/55-64	17,8	3%	45
муж/65+	7,5	1%	23
Занятость			
не работают	221,3	36%	94
работают	391,5	64%	104
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	189,8	31%	109
не хватает денег на еду	13,0	2%	110
нет ответа	11,1	2%	80
полный достаток, не ограничены в средствах	31,0	5%	152
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	284,4	46%	88
хватает на еду, но не на одежду	83,4	14%	119
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	312,0	51%	135
Нет детей в семье	299,6	49%	79
нет ответа	1,1	0%	51
Образование			
высшее	217,6	36%	91
н. среднее	13,6	2%	55
среднее	381,6	62%	109
Округ			
Дальневосточный	0,0	0%	0
Приволжский	108,5	18%	90
Северо-Западный	87,6	14%	135
Северо-Кавказский	0,0	0%	0
Сибирский	65,4	11%	85
Уральский	22,8	4%	45
Центральный	262,5	43%	131
Южный	66,0	11%	128
Социальный статус			
безработные	19,6	3%	88
домохозяйки, молодые мамы	51,0	8%	145
нет ответа	8,8	1%	42
пенсионеры	117,2	19%	84
рабочие	121,9	20%	107
руководители	78,0	13%	94
служащие	63,4	10%	109
специалисты	120,8	20%	117
студенты, учащиеся	32,1	5%	91