

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Май 2019 - Октябрь 2019



На нашей кухне

	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	305.2	100%	100
Пол			
женщины	232.1	76%	137
мужчины	73.1	24%	54
Возраст			
16-19	15.7	5%	117
20-24	13.6	5%	73
25-34	55.7	18%	84
35-44	43.4	14%	75
45-54	41.6	14%	89
55-64	76.1	25%	155
65+	59.1	19%	111
Пол / возраст			
жен/16-19	3.4	1%	52
жен/20-24	5.4	2%	59
жен/25-34	41.5	14%	120
жен/35-44	29.1	10%	97
жен/45-54	30.5	10%	122
жен/55-64	63.7	21%	221
жен/65+	58.6	19%	162
муж/16-19	12.3	4%	178
муж/20-24	8.2	3%	86
муж/25-34	14.2	5%	45
муж/35-44	14.3	5%	52
муж/45-54	11.0	4%	51
муж/55-64	12.4	4%	61
муж/65+	0.6	0%	3
Занятость			
не работают	111.4	37%	96
работают	193.7	64%	103
Материальное положение семьи			
не хватает денег на еду	6.7	2%	97
нет ответа	0.0	0%	0
хватает на еду. но не на одежду	12.0	4%	37
хватает на еду и одежду. но не на дорогие вещи	155.7	51%	103
могут покупать дорогие вещи. но не все. что захотят	110.6	36%	117
полный достаток. не ограничены в средствах	20.2	7%	151
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	122.6	40%	104
Нет детей в семье	179.0	59%	96
нет ответа	3.5	1%	357
Образование			
высшее	120.8	40%	102
н. среднее	0.0	0%	0
среднее	184.4	60%	106
Округ			
Дальневосточный	16.6	5%	114
Приволжский	49.9	16%	84
Северо-Западный	30.2	10%	93
Северо-Кавказский	9.5	3%	80
Сибирский	12.7	4%	36
Уральский	5.3	2%	21
Центральный	156.8	51%	155
Южный	24.3	8%	95
Семейное положение			
женат / замужем	183.8	60%	103
нет ответа	0.0	0%	0
холост / не замужем	121.4	40%	96
Социальный статус			
безработные	7.1	2%	76
нет ответа	10.1	3%	114
пенсионеры	60.4	20%	85
рабочие	41.7	14%	77
руководители	55.7	18%	128
служащие	26.5	9%	89
специалисты	64.1	21%	118
студенты. учащиеся	8.8	3%	60
домохозяйки. молодые мамы	30.9	10%	161



MEDIA GROUP