

**Сергей Константинович КАНН**

кандидат исторических наук, старший научный сотрудник лаборатории развития электронных ресурсов Государственной публичной научно-технической библиотеки Сибирского отделения Российской академии наук (Новосибирск)

## **Библиотечный сайт в трех измерениях**

*В статье рассматриваются критерии эффективности библиотечного сайта в рамках трех взаимосвязанных блоков показателей: контента, посещаемости и интеграции в глобальную сеть. Мониторинг показателей и учет специфики SEO<sup>1</sup> библиотечных ресурсов позволяют оценивать достоверность полученных данных и совершенствовать управление сайтом.*

Ключевые слова: *библиотечный сайт, критерии эффективности, веб-статистика, веб-анализ.*

*The article discusses criteria for the library website effectiveness in frameworks of three interrelated blocks of indicators: content, attendance and integration into the global network. Monitoring of indicators and taking into account the specificity of library resources SEO allows evaluating the reliability of the data obtained and improving the site management.*

Keywords: *library website, development effectiveness criteria, web-statistics, web-analysis.*

Оценка эффективности библиотечного сайта опирается на комплексный анализ трех блоков статистических показателей – контента, посещаемости и интеграции в глобальную сеть. Эти три ключевых «измерения» позволяют не только описать его современный облик и сравнить уровень развития с другими сайтами, но и заглянуть в будущее.

---

© Канн С. К., 2017.

<sup>1</sup> **Поисковая оптимизация** (англ. search engine optimization, SEO) – комплекс мер по внутренней и внешней оптимизации для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей в целях увеличения **сетевого трафика** (для информационных ресурсов) и потенциальных клиентов (для коммерческих ресурсов) и последующей монетизации (получение дохода) этого трафика.

Все три измерения связаны между собой, и ни одно не может рассматриваться изолированно (рис. 1). Например, валовые цифры посещений не имеют никакого значения без сопоставления их с количественными и качественными характеристиками **контента** – числом представленных документов, их «весом» и пр. Сами по себе миллионы обращений к одной и той же странице будут чаще всего означать присутствие на сайте большого количества «рефспама», не имеющего ничего общего с целями библиотечной работы. Увеличение спама обусловлено деятельностью спам-ботов, которые подставляют в лог-файл сервера «обратные ссылки» (рефереры), оплаченные коммерсантами, и тем самым продвигают их продукты и услуги. Знание особенностей контента библиотечного сайта позволяет критически оценить большинство показателей текущей статистики (отказов, глубины просмотра и т. д.) и вовремя заметить «накрученный» характер цифр.



Рис. 1. «Три измерения» библиотечного сайта

Развитие контента не означает простое увеличение размеров сайта или иных «физических» метрик. Как правило, усложняются структура и навигация, а ресурсы переплетаются множеством гипертекстовых связей. От простых «линейных» продуктов начального этапа развития осуществляется переход к более сложным и комплексным продуктам и услугам, сочетающим в себе разные формы представления информации (текст, иллюстрации, мультимедиа) и разные типо-видовые формы контента (справочники, словари, навигаторы, библиографические указатели, полнотекстовые материалы). Примитивный, «линейный» характер организации информационного сайта, как правило, накладывает свой отпечаток на все показатели статистики.

Например, высокий уровень отказов (англ. bounce rate) чаще всего свидетельствует о слабо развитой структуре сайта. Для улучшения этого показателя необходимо связывать тематически однородные или близкие ресурсы посредством единой навигации (тематических и предметных «баров» и пр.). Такая структура позволит заинтересовать посетителей

Например, высокий уровень отказов (англ. bounce rate) чаще всего свидетельствует о слабо развитой структуре сайта. Для улучшения этого показателя необходимо связывать тематически однородные или близкие ресурсы посредством единой навигации (тематических и предметных «баров» и пр.). Такая структура позволит заинтересовать посетителей

близким по содержанию, родственным материалом и улучшит весь комплекс показателей SEO: уровень отказов, время пребывания и глубину просмотра ресурсов. С другой стороны, усложнение структуры и навигации, особенно при увеличении размеров сайта и числа ресурсов, требует особых инструментов управления и специфических подходов к наращиванию контента.

За 20 лет работы сайта отделения ГПНТБ СО РАН *prometeus.nsc.ru* он вырос в десятки раз. По количеству файлов это увеличение к 2007 г. было 38-кратным, а к концу 2016 г. – уже в 82 раза. Особенности развития: когда ресурсы создавались практически «вручную» и без какого-либо привлечения систем автоматического управления содержимым (англ. content management system, CMS) мы сформировали уникальную, но не очень развитую навигацию между отдельными группами тематически близких ресурсов. Это выразилось в небольшом количестве гипертекстовых связей, позволяющих делать переходы от одного сходного ресурса к другому. Несмотря на сквозную, магистральную навигацию между главными разделами сайта («новости», «ресурсы» и пр.), развитие межпредметных и тематических связей между сходными ресурсами искусственно сдерживалось из-за опасения усложнить «ручное» управление сайтом. Таким образом, масштабы «внутренней линковки» сильно уступали сложившимся темпам наращивания контента.

Многочисленные пользователи ресурсов *prometeus.nsc.ru*, скорее всего, не ощущали эту особенность контента в качестве серьезного изъяна. Потери от специфической организации сайта сглаживались тем обстоятельством, что главным источником трафика является *органический поиск*, составляющий, по данным SimilarWeb, около 80 %. В четырех случаях из пяти пользователи обращались к ресурсам сайта прямо из результатов поисковой выдачи «Яндекса» или Google. Кроме того, они могли воспользоваться и собственными средствами навигации сайта – поисковым сервисом (/search/), «навигационной картой» (/website/) и, как уже говорилось, сквозными «барами» внутренней навигации.

Таблица 1

**SEO-показатели крупнейших библиотечных сайтов  
(на 31.03.2017 г.)\***

Библиотека	URL	ТИЦ	Возраст сайта (дней / лет)	Количество страниц, проиндексированных «Яндексом»	Скорость обновления (страниц в сутки), по «Яндексу»	Средний показатель визитов за март 2017 г.			
						общее количество	длительность	глубина просмотра (страниц)	отказы
Российская государственная библиотека (РГБ)	rsl.ru	6300	7122 / 19,5	6294	2,94	1 500 000	03:41	4,93	55,52 %
Президентская библиотека (ПБ)	prlib.ru	5700	3230 / 8,8	270 369	12,5	220 900	01:58	2,35	62,69 %
Российская национальная библиотека (РНБ)	nlr.ru	5500	7130 / 19,5	994 845	4,35	339 000	05:23	9,88	43,61 %
Государственная публичная научно-техническая библиотека (ГПНТБ) России	gpntb.ru	4300	7187 / 19,7	24 397	3,23	116 900	01:52	3,08	56,40 %
Библиотека по естественным наукам Российской академии наук (БЕН РАН)	benran.ru	2800	5394 / 14,8	9 413	0,76	6 100	03:30	4,29	41,65 %

Окончание табл. 1

Библиотека	URL	ТИЦ	Возраст сайта (дней / лет)	Количество страниц, проиндексированных «Яндексом»	Скорость обновления (страниц в сутки), по «Яндексу»	Средний показатель визитов за март 2017 г.			
						общее количество	длительность	глубина просмотра (страниц)	отказы
Государственная публичная научно-техническая библиотека Сибирского отделения Российской академии наук (ГПНТБ СО РАН)	spsl.nsc.ru	2700	6995 / 19,2	22 758	3,33	177 200	01:22	2,02	60,82 %
Вологодская областная научная универсальная библиотека (ОУНБ)	booksite.ru	2500	6319 / 17,3	5 623	0,48	403 900	01:26	2,08	69,69 %
Научная педагогическая библиотека им. К. Д. Ушинского (НПБ)	gnpbu.ru	2100	6581 / 18,0	297	0,18	110 600	02:24	4,47	64,12 %
Центральная научная медицинская библиотека (ЦНМБ)	scsml.rssi.ru	2000	7301 / 20,0	124	0,04	5400	02:07	2,20	58,95 %
Отделение ГПНТБ СО РАН	prometeus.nsc.ru	1600	7151 / 19,6	26 310	5,88	42 000	00:42	1,53	61,51 %
Государственная публичная историческая библиотека (ГПИБ)	shpl.ru	1100	6849 / 18,8	2121	1,56	180 300	06:11	18,16	49,67 %

\* Источники данных (по колонкам): «Яндекс.Каталог» (№ 1) ; онлайн-сервис SEO-анализа XTool (№ 4–6); система маркетинговой оценки трафика SimilarWeb (№ 7–10).

Казалось бы, собственных навигационных средств *prometeus.nsc.ru* было вполне достаточно для удовлетворения запросов пользователей. Но по набору самых разных индикаторов, взятых из абсолютно различных источников, видно, что потенциал сайта еще далеко не исчерпан (табл. 1). В приводимой таблице бросаются в глаза несколько неожиданных показателей, которые совершенно точно требуют более подробного изучения (высокие индикаторы общего количества визитов у Вологодской областной библиотеки, показатели глубины просмотра у РНБ и пр.). Вместе с тем несомненно, что все указанные метрики сайтов целиком детерминированы свойствами их контента.

С этой точки зрения низкий показатель глубины просмотра у Отделения, как нам кажется, обусловлен как теми причинами, о которых уже говорилось, так и преимущественно *библиографическим составом* наших ресурсов. Опыт показывает, что большое количество библиографии резко снижает глубину просмотра, а также значительно увеличивает показатель отказов. Напротив, высокая доля полнотекстовых ресурсов в структуре библиотечного контента привлекает внимание пользователей и улучшает общие показатели SEO. Там, где широко представлены тексты книг и журналов, наблюдаются и наилучшие показатели просмотров и отказов (сайты ГПИБ, РНБ, РГБ, НПБ и БЕН РАН).

Стоит обратить внимание и на преимущественно *информационный* характер библиотечных сайтов, что накладывает свой отпечаток на все данные веб-аналитики. Практически все пособия по SEO-продвижению сайтов игнорируют существующее разнообразие в сети и уникальные свойства библиотечных сайтов, обучая повышению «уровня продаж» и «рентабельности бизнеса» [4, с. 3]. Но для веб-библиотек практически бесполезны показатели, описывающие коммерческую эффективность интернет-проектов, например, такие, как *целевой звонок*. Другие метрики, на которые опирается коммерческий веб-анализ (уровень конверсии и др.), в библиотечном веб-пространстве играют гораздо менее значимую роль, чем при оценке эффективности бизнеса. Зато третья группа индикаторов, очевидно, указывает на яркую специфику, характерную именно для сайтов библиотек.

Для примера обратимся к тому же показателю *bounce rate*. Продвижение коммерческих продуктов требует максимального снижения уровня отказов, но требовать того же самого от библиотечных страниц было бы слишком поспешно. Необходимо учитывать и различие в целях посещения сайтов разных типов, и вероятность «ложных отказов» [2,

с. 219], когда пользователь реализует свою информационную потребность уже на самой первой странице. В этом случае показатели отказов выше 80 % могут означать совсем не низкую эффективность ресурса, а, наоборот, *достаточно высокую*, так как обусловлены информационной природой сайта. В таблице 2 показана высокая зависимость уровня отказов и вариативность метрик от типа ресурса.

Таблица 2

### Средний уровень отказов на сайтах различных категорий [1]

Категория ресурса	Показатель отказов, %			
	плохой	нормальный	хороший	замечательный
Блог	80	70–80	60–70	менее 60
Информационный сайт	более 80	70–80	60–70	менее 60
Интернет-магазин, крупный интернет-портал с различным контентом	более 40	35–40	20–35	менее 20
Коммерческий сайт с каталогом продукции	более 55	45–55	35–45	менее 35
Лендинг, «посадочная страница»	до 100	менее 90	менее 80	менее 70

Из таблицы также видно, что для информационного сайта «плохим» уровнем отказов считается показатель, превышающий 80 %. Однако, как уже говорилось, это можно аргументированно опровергнуть. По данным «Яндекс.Метрики», в 2012–2016 гг. средний уровень отказов *prometeus.nsc.ru* составил 83,3 %. Эта цифра выведена из пятилетнего мониторинга 2,69 млн визитов, и поэтому ей можно верить. Вместе с тем следует признать, что миллионы пользователей могут ежедневно решать свои научно-образовательные задачи, не прибегая к длительному «хождению» по сайту, а лишь на основе разового обращения к какому-либо справочному или библиографическому ресурсу.

Кратковременный характер визитов пользователей отнюдь не умаляет высоких потребительских качеств библиотечного сайта, несмотря на то, что это противоречит теории веб-аналитики. Подтверждением служат высокие места *prometeus.nsc.ru* в поисковых системах, веб-каталогах и рейтингах. Косвенным же свидетельством популярности является большое и постоянно растущее на сайте количество «рефспама». Понятно, что «черных» SEO-оптимизаторов привлекают именно ценные

качества отдельных библиотечных ресурсов, превращаемых в «посадочные страницы» (англ. landing pages). Эти страницы помогают «жуликам от интернета» улучшить показатели их бизнес-проектов (акцепторов) за счет высокого статуса и посещаемости библиотечных «посадочных страниц» (доноров). Кстати, в случае с *landing pages* приемлемым уровнем отказов, как видно из таблицы 2, считается цифра выше 80 % (до 90 %).

Свойства контента характеризуют не только документы в текстовых форматах, но и графическая, и мультимедийная информация, занявшие важное место в новой электронной среде деятельности библиотек. Полезно измерять соотношение текста с графикой, оптимальный «вес» иллюстраций, рост количества мультимедиафайлов. Все новые формы библиотечного контента находят устойчивый спрос у пользователей. В самостоятельный объект поиска превратились портреты и фотографии, карты и схемы, таблицы, презентации, звуковые и видеофайлы. Значит, в каком-то виде и они должны включаться в общую картину измерений.

На сайте Отделения представлена масса ресурсов, где иллюстративная часть играет не менее важную роль, чем текстовая. Биобиблиографический указатель «От боевых побед – к научным (труды сотрудников Новосибирского научного центра – участников Великой Отечественной войны)» (/science/scivic/) содержит 98 портретов (рис. 2). В комплексном ресурсе «Лауреаты сибирской науки» (/science/prize), созданном в 2003 г. и систематизирующем присуждение различных государственных и общественных премий, на 16 html-страницах размещено 219 портретов ученых СО РАН. В электронную версию книги «Персональный состав СО РАН» (/elibrary/2007pers/) включено 560 портретов деятелей сибирской науки. Эти иллюстрации широко используются в статьях «Википедии» и других внешних интернет-ресурсах. Естественно, в рамках библиотечной вебметрики каждая иллюстрация должна рассматриваться как самостоятельная единица, в том числе и при учете посещаемости сайта.



Рис. 2. Биобиблиография «От боевых побед – к научным» (2012)



Показатели *посещаемости*, а следовательно, и востребованности ресурсов являются наиболее важным измерением, характеризующим эффективность сайта. Для объективной оценки, как уже отмечалось, существенное значение имеют не столько валовые цифры, сколько соотношение показателей и понимание реальных процессов, происходящих в веб-среде. Также необходимо рассматривать комплекс библиотечных проблем в тесной связи с происходящим в окружающем мире. И здесь возникает вопрос: а можно ли вообще измерить «эффективность библиотечного сайта» как одного из средств достижения фундаментальных целей библиотеки и продвижения знаний? Сводится ли достижение этих целей к простому росту количественных показателей?

На наш взгляд, *эффективную деятельность сайта* нужно рассматривать чисто технически, то есть анализировать исключительно прогресс или регресс его показателей. Абсолютизировать полученные оценки, распространяя их на «миссионерское» предназначение библиотек, абсолютно непродуктивно и даже недопустимо. Многие ресурсы сайта научной библиотеки могут быть очень долго невостребованными. Это связано и с особенностями веб-аудитории, и с текущими запросами общества, и со многими другими причинами. Например, в отделах редкой книги источники годами ожидают своих читателей, и никто не скажет, что их низкая востребованность указывает на неэффективность использования, не вынесет окончательный приговор этим фондам.

При малой посещаемости отдельных ресурсов нужно выявлять причины низких показателей и принимать меры для продвижения «отстающих», но не делать поспешных выводов из далеко не всегда ясных цифр. В качестве примера сошлемся на опыт *prometeus.nsc.ru*, где много лет создаются ресурсы, обеспечивающие приоритетные направления исследований, сохранение научного наследия и популяризацию науки. Наша целевая аудитория имеет свои особенности, а контент носит характер, далекий от массовой культуры. Специфика пользователей проявляется, прежде всего, в структуре веб-трафика, где научные сотрудники СО РАН составляют ничтожно малую часть (рис. 3). Тем не менее именно на этот сегмент ориентируется большая часть материалов, представленных на сайте.

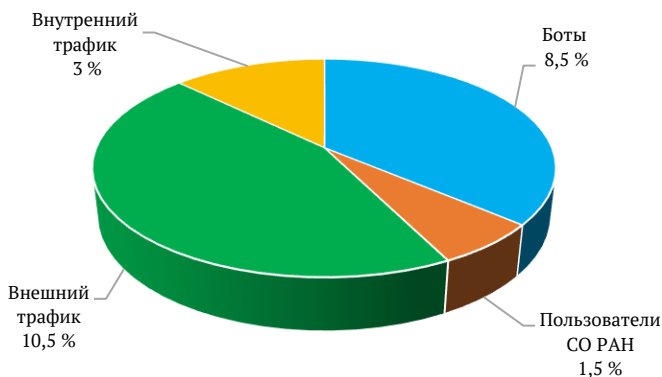


Рис. 3. Структура обращений к сайту prometeus.nsc.ru

В их разработку вложен большой труд, но с позиции посещаемости отдача выглядит очень незначительной. Так, в комплексном ресурсе «Научные издания СО РАН» (/resource/scipub/) представлено более 50 описаний журналов с указанием индивидуальных ISSN (печатных и онлайн), периодичности выпусков, контактных данных редакций, e-mail, URL и пр. (рис. 4). Сбор и представление данных отняли много сил, но посещаемость на конец марта 2017 г., по сведениям «Яндекс.Метрики», составила лишь 978 визитов. Коэффициент «Ко», вычисляемый как отношение общего числа обращений к количеству страниц, для данного ресурса равен 18,8. Такими же скромными показателями отличается среднегодовая посещаемость навигатора «Журналы on-line» (/resource/web/journal/), которая составляет 2577 визитов на 106 страниц (Ко=24,3). Видимо, на востребованность веб-навигаторов в целом серьезно влияет глобальная конкуренция поисковых машин. Другие уникальные науковедческие ресурсы сайта посещаются гораздо чаще. Так, например, всего лишь к одной странице справочника «Институты – юбиляры СО РАН» (/science/annivers/) было сделано 1208 обращений в год (Ко=1208).

С другой стороны, низкие цифровые показатели совершенно не умаляют ценности веб-навигаторов для сайта научной библиотеки, потому что именно эти ресурсы, в первую очередь, обеспечивают **интеграцию** сайта в глобальное информационное пространство и формируют те индикаторы его деятельности, которые можно назвать «третьим измерением» библиотечного сайта. Навигаторы увеличивают «ссылочную массу», связывая страницы сайта со множеством

родственных внешних ресурсов. Тем самым обеспечивается принципиально важная интеграция библиотеки в будущую «инфраструктуру знания».



Начало • Библиотека • Академгородок • Новости • Ресурсы • Выставки • Библиография • Поиск

Научные издания СО РАН >> Журналы

**Гуманитарные науки в Сибири**

Научный журнал  
Издается с 1994 года  
Периодичность - 4 номера в год.  
ISSN 0869-8651  
Журнал рецензируемый  
Включен в перечень ВАК  
Импакт-фактор РИНЦ - 0,094 (2014 г.)

**Учредители журнала** Сибирское отделение Российской академии наук, Институт истории СО РАН

**Главный редактор** Ильиных Владимир Андреевич ([gumnauki@gmail.com](mailto:gumnauki@gmail.com))

**Заведующий редакцией** Смирнова Вера Ивановна ([krred@ad-sbras.nsc.ru](mailto:krred@ad-sbras.nsc.ru))  
330-52-72, 333-37-55

**E-mail редакции** [gumnauki@gmail.com](mailto:gumnauki@gmail.com)

**Web-сайт журнала** [http://www.history.nsc.ru/publications/gns\\_magazine/index.htm](http://www.history.nsc.ru/publications/gns_magazine/index.htm)

Рис. 4. Одна из страниц веб-ресурса «Журналы СО РАН»

Преимущественно сетевой характер новой «композитной» библиотечной среды подразумевает, что значение информационных взаимосвязей между отдельными элементами будет постоянно усиливаться. Можно сказать, что весь замысел гипертекстовой «паутины» изначально базировался на усилении зависимости между отдельными узлами сетевой структуры www – между документами, ресурсами и сайтами. Процессы веб-цитирования превратились в базовый элемент *композитных библиотек* будущего и важнейший фактор усиления научной и библиотечной коммуникации.

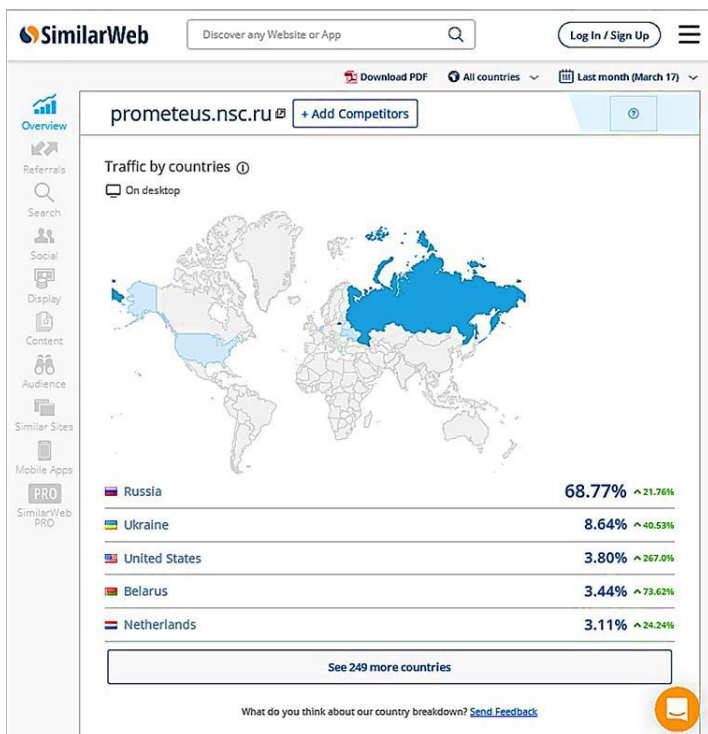


Рис. 5. Сайт SimilarWeb, аккумулирующий и анализирующий данные интернета

Столь важное значение перекрестных ссылочных связей в эволюции информационных структур глобальной сети и, в частности, в развитии композитных библиотек привело к появлению множества сетевых инструментов, позволяющих оценивать уровень интеграции сайтов в www. Пожалуй, самую эффективную площадку для решения разнообразных сетевых задач создала компания SimilarWeb Ltd. [5], основанная в Лондоне в 2007 г. (рис. 5). Она предоставляет услуги в области веб-аналитики и глубокого анализа данных, опираясь при этом на данные партнеров и провайдеров интернета (ISP data), собственные измерения (learning set) и крупнейшую в интернете панель мониторинга. Роботы SimilarWeb индексируют более 2,5 млрд страниц в месяц. Платформа не только аккумулирует максимум вебометрической информации, но и гарантирует доверие к собранным данным [3].

С помощью инструментов SimilarWeb можно собирать и анализировать важнейшие показатели посещаемости, ежемесячный объем трафика, среднее время присутствия пользователей на сайте, глубину просмотра страниц, доступ по странам (см. табл. 1). Источники трафика структурированы в разрезе прямого, ссылочного (рефереры) и поискового трафика, заходов из социальных сетей, почтовых рассылок и баннерных сетей. SimilarWeb позволяет находить сайты-доноры (top referring sites) и сайты отсылок (top destination sites), связанные преимущественно со входной страницей анализируемых ресурсов.

Другой инструмент – поисковая система маркетинга и проверки обратных ссылок *Majestic* (<https://ru.majestic.com/>) – позволяет узнать, как связаны друг с другом все сайты интернета, «кто, где и на кого влияет», следовательно, насколько глубоко каждый сайт, в том числе и библиотечный, интегрирован в сеть. *Majestic* располагает крупнейшей ссылочной базой данных (больше 900 млрд уникальных URL в «свежем индексе» и более 6 трлн в «историческом»), из которой можно «получить самую детальную информацию о том, как «соткана сеть». Ретроспективный взгляд на динамику сетевой интеграции крупнейших библиотечных сайтов Рунета представлен в таблице 3.

Таблица 3

**Динамика интеграции библиотечных сайтов в интернете  
(данные мониторинга *ru.majestic.com* на 25.10.2015 и 31.03.2017 г.)**

Библиотека	Всего ссылок на сайт			Доменов в ссылках		
	2015	2017	2017 к 2015	2015	2017	2017 к 2015
РГБ	795 452	1 947 429	245%	10 750	9 815	91 %
РНБ	659 821	1 281 541	194%	6 317	6 029	95 %
ГПНТБ России	163 951	2 015 610	1229%	2 921	8 694	298 %
БЕН РАН	26 768	66 068	247%	950	849	89 %
ГПНТБ СО РАН	83	62	75%	21	18	86 %
Вологодская ОУНБ	57 838	57 077	99%	2 991	2 890	97 %
НПБ	60 993	119 942	197%	1 221	1 156	95 %
ЦНМБ	6 304	915	15%	14	19	136 %
Отделение ГПНТБ СО РАН	1 573	99 000	6 294%	135	118	87 %
ГПИБ	75 270	203 865	271%	2 000	2 101	105 %

Сравнение данных этой таблицы показывает как уровень вовлеченности сайтов в глобальную коммуникацию, так и текущее их состояние, или даже, если можно так выразиться, уровень «информационного здоровья» сайтов. Слабое развитие или даже деградация ссылочной массы свидетельствует о функциональных проблемах сайта: неустойчивом трафике, заспамленности ссылками, санкциях поисковых машин. Ежедневный мониторинг всех трех измерений сайта, о которых говорилось выше, может вернуть библиотечному сайту прежнее «здоровье».

### Список литературы

1. Как показатель отказов влияет на конверсию // Айрико : [сайт]. URL : <https://aigee.co/ru/показатель-отказов-влияет-конверсия/> (дата обращения: 31.03.2017).
2. *Пестерев П. В.* Влияние поведенческих факторов ранжирования на позиции сайтов в результатах поисковой выдачи // Вестн. Белгород. гос. технол. ун-та им. В. Г. Шухова. 2017. № 2. С. 219–221.
3. *Соловей А.* SimilarWeb – лучший онлайн инструмент для конкурентной разведки // Интернет-маркетинг: теория и практика. URL : <http://marketing-buzz.info/similarweb-review.html> (дата обращения: 31.03.2017).
4. Я ль на свете всех милее? Продвижение сайтов в Google / под ред. С. Овсянкиной, И. Фролкина. Москва : ООО «Ингейт Реклама», 2015. 32 с. URL : <https://promo.ingate.ru/books/prodvigienie-v-google/> (дата обращения: 31.03.2017).
5. SimilarWeb // Википедия : общедоступ. энцикл. URL : <https://ru.wikipedia.org/wiki/SimilarWeb> (дата обращения: 31.03.2017).