

- Неудобно сидеть: самая частая причина усталости при работе в паре – неудобное положение клавиатуры и монитора для того, кто сейчас «водитель».

- Свои настройки окружения: каждый раз, когда управление переходит от одного партнера к другому, начинается перенастройка окружения: закладок, шрифта и т.д.

Также многие руководители могут посчитать это невыгодным делом – сажать на одно рабочее место двух работников. Плюс это требует временных затрат, так как каждому нужно согласовать удобный график работы

Таким образом, парное программирование сейчас практикуется и дает неплохие результаты, но подходит оно не для всех программистов, поэтому прежде чем пробовать себя в таком подходе, нужно основательно изучить цели и методику этого подхода и понять, подходит она для дальнейшей работы или нет.

УДК 621.762.4

Шнитко А.В., Мелихов В.А.

## **ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ ИНТЕРФЕЙСА**

*Белорусский национальный технический университет,  
г. Минск, Республика Беларусь*

*Научный руководитель: канд. техн. наук, доцент Дробыш А.А.*

При разработке новых программных продуктов, начинающие специалисты часто делают ошибки при создании пользовательского интерфейса – интерфейса, обеспечивающего передачу информации между пользователем-человеком и программно-аппаратными компонентами компьютерной системы. В итоге люди не могут или не хотят пользоваться их сервисом или приложением.

Ниже представлены самые часто допускаемые ошибки интерфейса:

- Концентрация на «впечатляющем» дизайне в ущерб хорошей архитектуре

Здесь ситуация состоит в следующем: разработчик хочет, чтобы его продукт выделялся на фоне остальных. Но здесь разнятся требо-

вания заказчика и разработчика, а ведь пользователю нужен продукт, которым будет удобно пользоваться, а нет который визуально самый лучший.

- Ненужный функционал

При планировании приложения создатели часто закладывают множество «важных» функций. Казалось бы, было создано что-то новое. Но на деле некоторые из этих функций могут вообще не применяться. По итогу реальная цена продукта разбивается списком дополнительных ненужных функций.

- Ориентир на то, что пользователи хотят, а не на то, что они реально используют

Опять-таки, делается то, что никому не нужно. Пока разработчик занимается этим, что-то более важное провисает.

- Принуждение к регистрации без предложения ценности

Очень присуще мобильным приложениям: человек скачивает программу, открывает ее и сразу натывается на экран «Войти или зарегистрироваться», у пользователя нет выбора в таких ситуациях в любом случае. Это может привести к значительному снижению конверсии.

- Отсутствие опыта онбординга

Онбординг (Onboarding) – это способ взаимодействия с пользователем при первом использовании вашего продукта. Часто реализуется в форме туров по продукту с оверлеями, интерактивными подсказками и спотами/стрелками, указывающими, какая кнопка что делает. Без онбординга разработчик пускает процесс знакомства с приложением на самотек.

Новичку всегда нужно немного времени, чтобы освоиться. Проблема заключается в том, что этот момент является самым важным в жизненном цикле пользователя. Люди решают, принесет ли им пользу приложение или нет. Они хотят, чтобы продукт произвел на них впечатление. Но теперь они должны научиться им пользоваться. Без посторонней помощи они, вероятно, растеряются, а потом уйдут.

- Плохой дизайн функции поиска

50 % пользователей Интернета ориентированы на поиск – для них это главный помощник в навигации. Большинство разработчиков не вкладывают достаточно усилий в поисковую функцию: за-

кладывают ее для проформы, не думая о том, куда ее поместить, какой дизайн ей придать и как она будет работать.

Еще важнее дизайн страницы результатов поиска (Search Engine Results Pages, SERP), то есть страницы, куда люди попадают после ввода чего-либо в поисковую строку.

- Игнорирование мобильной оптимизации

Число веб-пользователей на мобильных устройствах быстро растет. Наличие мобильного сайта даст минимум 20 % дополнительных пользователей.

- Слишком много всплывающих окон

Google объявил в августе 2016 года, что они будут наказывать веб-сайты всплывающими окнами, которые появляются немедленно или охватывают основной контент. Всплывающие окна могут раздражать клиентов и делать контент менее доступным.

- Трудно читаемые шрифты и плохой цветовой контраст

Это, наверное, самая распространенная проблема. Если пользователи не смогут легко прочитать информацию, они уйдут и найдут лучшего, более разборчивого конкурента. Поэтому важно всегда помнить о читабельности текста в приложении.

- Плохие изображения и графика

Клиенты ожидают определенного качества от продукта в наше время. Если в готовом продукте используются фотографии или изображения низкого качества, то пользователь, скорее всего, найдет другое приложение.

Необходимо выбирайте изображения с высоким разрешением и низкой пикселизацией. Изображения с пикселями или не в фокусе – большие ошибки.

Приведенные выше типовые ошибки юзабилити в интерфейсе легко пропустить. Возможно, начинающий разработчик даже не поймет, что совершил из, из-за отсутствия надлежащего опыта. Таким образом перед тем, как отдать клиенту готовый продукт, желательно не только самостоятельно проштудировать его на вышеперечисленные требования, но и попросить помощи у более опытного специалиста, который уже сталкивался с подобными ситуациями.