

회사 목표와 시각화팀의 방향

회사는 쉬운 사용과 빠른 개발을 통해 비용 구조 및 프로젝트 수행 효율성을 제고하고자 한다.

이러한 목표 달성을 위해 시각화팀은 두 가지 선택지를 검토해야 한다:

- 새로운 제품 개발
- 기존 플랫폼 개선

두 방법 모두 명확한 타겟팅을 전제로 한다.

현재 문제 진단

현재 플랫폼은 과거 복잡성 제거를 거쳐 범용 개발 도구로 안정화되었다. 하지만 프로젝트 도메인이 명확하게 타겟팅되지 않은 상태에서, 프로젝트별 커스터마이징 요구에 대응하다 보니 React 같은 범용 프레임워크와 경쟁하는 구도가 되었다.

범용 도구로 범용 프레임워크와 경쟁하는 것은 현실적이지 않다. 타겟팅 없이는 쉬운 사용과 빠른 개발을 달성할 수 없다.

타겟팅이 필요한 이유:

- 도메인을 특정하면 해당 영역의 반복 패턴을 식별할 수 있다
- 반복 패턴을 템플릿화하면 매번 처음부터 구성할 필요가 없어진다
- 결과: 정해진 구조를 따라가므로 쉽고(학습 비용 감소), 재사용으로 빠르다(개발 시간 단축)

반대로 타겟팅 없이 모든 도메인을 지원하려 하면:

- 모든 가능성에 열려있어 선택지가 과도하게 많다
- 매 프로젝트마다 백지에서 시작해야 한다

- 결과: 어렵고(판단 과다), 느리다(반복 작업)

개발 효율을 높이려면:

- 진행할 프로젝트 도메인 범위를 제한하고
- 제한된 범위 내 프로젝트 기능 플로우를 사전에 정립하여
- 최소한의 조작으로 도메인을 완성할 수 있어야 한다

선택지 비교

1) 새로운 제품 개발

같은 성격의 대시보드 플랫폼을 새로 만드는 경우:

- 설계부터 배포까지 상당한 시간과 비용 필요
- 기존 플랫폼에서 진행 중인 다수 프로젝트 존재
- 구성원의 학습 및 전환 비용 발생
- 빠르게 결과물을 만들어도 극적인 효과를 기대하기 어려움
- 전사적 합의 도출 난이도 높음

다만, 다른 방향의 플랫폼(예: 3D 특화, 공간 관리 시스템)이 필요하다면 새 제품 개발이 합리적이다.

2) 기존 플랫폼 개선

기존 플랫폼의 주요 타겟은 대시보드이며, Chart와 Table을 기반으로 다양한 데이터베이스의 데이터를 시각화한다. 회사가 진행하는 다수 프로젝트가 대시보드형이므로, 기존 플랫폼의 방향성은 여전히 유효하다.

기존 플랫폼 개선은 아키텍처 변경이 아닌, 타겟 도메인의 개발 프로세스 정립을 의미한다:

- 주요 도메인 식별 및 집중
- 도메인별 표준 구성 및 템플릿 개발
- 반복되는 패턴의 가이드화
- 실무진이 겪는 구체적 pain point 해결

이는 플랫폼 코드 수정이 아니라, 플랫폼 위에서 효율적으로 작업하는 방법론을 확립하는 것이다.

결론

현재 회사가 진행하는 프로젝트 비중과 가용 리소스를 고려할 때, 기존 플랫폼 개선이 합리적이다.

현재 플랫폼은 범용 기반으로서 안정화되었으며, 이제 그 위에 도메인 특화 프로세스를 정립하는 과도기에 접어들었다. 새 제품 개발은 이미 확보한 범용 기반과 축적된 노하우를 버리는 것이며, 같은 성격의 제품을 다시 만드는 것은 리소스 대비 효과가 불확실하다.

시각화팀은 기존 플랫폼의 범용성을 유지하면서, 타겟 도메인별 개발 프로세스를 정립함으로써 현재 진행 중이고 앞으로 진행할 프로젝트의 효율성을 제고해야 한다.