

기획특집

# 제주의 글로벌 환경가치 실현 방안

아시아기후변화교육센터 센터장·제주대학교 사회학과 명예교수 정 대 연

제주 환경자원의 국제브랜드화의 목적은 제주발전을 위함이기 때문에 국제브랜드화의 실현 방안은 기본적으로 제주발전의 목적 및 목표와 연관 속에서 구축되어야 하고, 그 구축의 출발은 제주 환경자원을 자원별로 직접 사용가치, 간접 사용가치, 비사용가치로 범주화되어야 한다. 이 범주화도 제주발전의 목적 및 목표와 연관 속에서 이루어져야 한다

## 1. 시작하는 말

인간은 자연을 이용하여 의식주를 해결한다. 따라서 자연은 인간 없이도 존재할 수 있지만 인간은 자연 없이 생존할 수 없다. 그러나 인간이 자연을 이용하는 양식은 역사적으로 달라져 왔다. 이것을 인류의 문명사 변천이라고 한다. 인류의 문명사 변천은 수렵채취사회, 농업사회, 산업사회를 거쳐 지금 정보화 사회로 이행하고 있다. 자연에 대한 인간의 개입은 산업사회 출현부터 시작되었지만 심각성은 후기 산업사회에 와서 문제가 되기 시작하였다.

제주도도 경제적으로 산업사회이지만 다른 지역과는 달리 3차산업 생산량이 80% 이상이다.<sup>1)</sup> 이 사실은 제주도는 관광 위주의 산업구조이고, 제주도의 관광은 문화유산보다는 자연에 기초하고 있기에, 제주도의 경우 자연은 제주도의 생존과 관련된 자원이기 때문에 곧 제주도의 자산임을 의미한다.

4) '우근민 제주도정'공약 이렇게 실천하겠습니다(제주특별자치도, 2010) 참조.

제주도의 자연은 유네스코 3관왕, 세계7대 자연경관 등 이미 국내외적으로 그 가치가 인정되어 있다. 2012년 9월에 개최된 세계자연보전총회도 이 가치를 바탕으로 하는 세계환경수도 추진의 의미와 가능성을 인정하여 제주도가 제출한 5개 발의안을 모두 통과시켰다.

이제 이 가치를 범세계적으로 어떻게 활성화시킬 것인가를 고민해볼 필요가 있다. 제주의 글로벌 환경가치 실현 방안을 탐구하기 위해서는 먼저 환경가치의 창출원인 환경자원이 무엇인지 그 의미를 규정하고, 환경자원의 가치가 무엇인가를 알아야 한다. 이런 맥락에서 이 글은 먼저 환경자원의 개념과 가치가 무엇인가를 설명하고자 한다. 다음으로 환경자원의 가치를 어떻게 효율적으로 활용할 것인지 그 방안을 설명하고, 마지막으로 제주 환경가치의 범지구적 실현으로써 국제브랜드화 방안을 검토하기로 하겠다.

## II. 환경자원의 개념과 가치

환경자원은 환경과 자원이 결합된 용어이다. 이 때문에 환경자원의 개념과 가치를 설명하기 위해서는 먼저 환경의 개념부터 설명해야 한다. 개념에는 단독개념, 관계적 개념, 추상적 개념, 구체적 개념, 집합개념, 분석적 개념 등 그 종류가 다양하다(정대연, 1997: 29-30). 단독개념이란 사물이 갖고 있는 속성에 기초하여 의미가 성립되는 개념이고, 관계적 개념이란 한 사물이 다른 사물과의 관계 속에서 의미가 성립되는 개념이다. 예를 들어보자. 물은 '수소 2와 산소 1로 구성된 화합물로, 무색·무취·무미의 액체'라고 개념이 규정된다. 아버지는 '자식을 가진 성인 남자'라고 개념이 규정된다. 이 보기에서 '수소 2와 산소 1로 구성된 화합물로, 무색·무취·무미의 액체'는 물이 갖고 있는 속성이고, 이 속성에 기초하여 물의 개념이 정의됨으로 물은 단독개념이다. 반면 아버지는 '자식'과 '성인 남자'라는 두 사물의 관계에 기초하여 개념이 정의되기에 아버지는 관계적 개념이다.

우리는 자연을 자연이라고도 하고 환경이라고도 한다. 그러나 자연은 단독개념이고, 환경은 관계적 개념이기 때문에 자연과 환경은 동일한 실체임에도 그 의미는 다르다. 물, 나무, 공기 등 자연의 구성요소들이 인간과의 관계적 맥락에서 그 의미를 파악하면 이들은 단순히 자연이 아니라 인간에게 환경이 된다. 따라서 인간을 주체로 할 때 인간 외부에 존재하면서 인간의 삶에 영향을 주고, 또한 인간의 삶에 의해 영향을 받는 객체들을 환경이라고

한다(정대연, 2004: 10-14).

인간의 삶을 둘러싸고 있는 이 객체들은 크게 두 범주로 나뉜다(Martell, 1994: 169; 정대연, 2004: 21-25). 하나는 인간의 의지와는 관계없이 우주 생성과정에서 생성된 자연이다. 다른 하나는 공장, 도로, 자동차 등 물질적 풍요성, 생활의 편리성, 사회운영의 효율성과 능률성 등을 위해 인간이 스스로 만든 인공적인 것이다. 전자가 자연환경이고, 후자는 인공환경이다. 따라서 인간에게 필요한 자원으로써의 자연환경과 인공환경 두 부문 모두 환경가치를 가지고 있다.

개인, 조직체, 지역사회, 국가가 갖고 있는 자원(resource)은 이들의 자산(asset)이 되므로 환경자원은 곧 개인, 조직체, 지역사회, 국가의 환경자산이 된다. 자산으로써의 자원은 원래 자원경제학에서 정립된 개념으로서 '상품을 생산하기 위하여 투입되는 생산요소 또는 투입물'을 의미하고, 자원에 의해 경제상태가 결정되고 경제에 의해 자원이용이 결정된다(유동운, 1994: 9-10).

이러한 의미를 갖고 있는 자원은 크게 자연자원(natural resources), 인간이 만든 자원(human-made resource), 인적 자원(human resource), 사회적 자원(social resource)으로 나뉜다. 그 의미는 아래와 같다(정대연, 2004: 251-252).

자연자원: 자연이 인간에게 제공하는 지구상에 존재하고 있는 모든 생물과 무생물 가운데 현재의 기술, 경제적 및 사회적 조건 하에서 인간이 이용가능한 것으로서 과학과 기술의 진보에 따라 변한다. 예컨대 중세 때는 석유가 자원이 아니었다. 따라서 자연환경이 자연자원에 해당한다.

인간이 만든 자원: 공장, 도로 등 개인과 사회의 활동과정이나 결과와 관련이 있는 요소들로서 인공환경이 인간이 만든 자원이다.

인적 자원: 자연자원과 인간이 만든 자원을 확대재생산할 수 있는 기반인 인구, 지식, 기술, 문화, 제도 등과 같은 요소들이 인적 자원에 해당한다.

사회적 자원: 사람들 간의 신뢰, 사회적 참여, 개인적 및 공적 네트워크 등 인간사회의 공동생활에 필요한 요소들로서 사회적 자원도 인공환경의 자원에 해당한다.

그러나 환경가치를 논의할 때는 일반적으로 자연환경에 한정시키는 협소한 의미로 사용되고 있다. 이 때문에 이 글에서는 인공환경은 제외시키고 자연환경이 갖고 있는 자원으로써의 가치에 한정시키고자 한다. 자연자원은 그 구성요소가 다양하다. 예컨대 자원의 종류에 의해 분류하면 광물자원, 수자원, 에너지자원 등으로 나뉜다. 자원 생성의 소요기간에 의하면 재생가능자원과 재

생물가능자원으로 나뉜다.

그러나 자연환경이 인간에게 제공해주는 공급형태에 의하면 생산기능의 자원, 조절기능의 자원, 공간기능의 자원, 정서기능의 자원으로 나뉜다(정대연, 2004: 167). 생산기능의 자원이란 자연이 인간에게 필요한 공기와 물 등을 생산하며 에너지와 연료를 조달해 주는 자원이다. 조절기능의 자원이란 인간이 살아가는 데 알맞도록 온도와 습도 등 기후를 조절하고, 인간이 배출한 쓰레기와 오염물질 등 폐기물을 흡수·처리하며, 에너지의 순환을 돕고, 먹이사슬을 통해 생명체의 인구조절과 함께 생물종의 다양성을 제공해 주는 자원을 말한다.

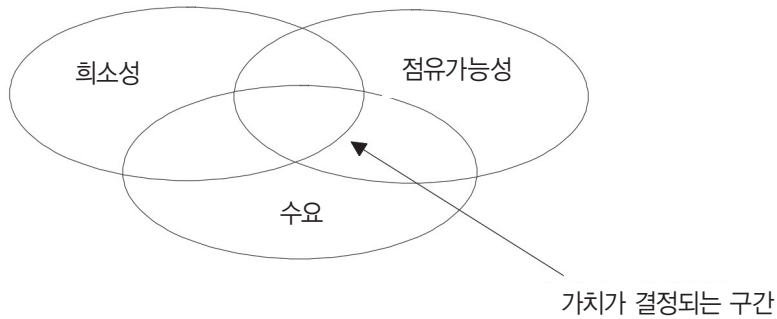
공간기능의 자원이란 인간이 살아가는 데 필요한 생활공간을 제공해 주고, 농업, 임업, 수산업 등의 활동의 터전을 마련해 주며, 공장과 주택부지, 도로, 항만 등의 장소를 제공해 주는 자원이다. 정서기능의 자원이란 인간의 정서를 순화시키며, 아름다운 경관을 제공하고, 심미적 가치를 생산하며, 예술과 과학 등의 바탕을 제공해 주는 자원을 말한다.

종합하면, 자연자원으로써의 자연환경이 제주의 환경자산이고, 이 자연 자원이 갖고 있는 가치가 곧 제주의 환경가치가 된다. 환경가치는 크게 사용 가치와 비사용가치로 나뉘고, 사용가치는 직접 사용가치, 간접 사용가치, 선택가치(option value)로 나뉜다(이정전, 2000: 451-454). 이 가치들의 의미를 산림을 예를 들어 설명하면 다음과 같다. 산림을 채취하여 얻어지는 경제적 가치, 관광대상으로서의 가치 등이 직접 사용가치이다. 산림이 갖고 있는 생태계의 영양분 순환, 수자원 함양기능, 대기 정화기능 등이 간접 사용가치이다. 산림보전의 덕택으로 미래에 환경을 이용할 수 있는 기회가 보유됨으로 인한 얻어지는 이익이 선택가치이다. 산림을 현재 자원으로 이용하지는 않지만 산림의 존재 자체의 가치로서 ‘현재 또는 미래의 사용가능성 여부에 관계없이 단순히 존재한다는 것만으로 만족스럽게 느끼는 가치’가 비사용가치이다.

따라서 사용가치는 결국 보전을 통한 환경가치와 지속가능이용(sustainable use)을 통한 환경가치로 함축된다. 단지 어느 환경자원은 어느 방안에 기초하는 것이 환경가치가 더욱 극대화되느냐를 분석하고 고민해야 하는 것이다.

자연환경이 갖고 있는 이와 같은 환경가치는 그 자원이 얼마나 희소하나(scarcity), 그 자원을 추출하여 점유할 수 있는 가능성이 얼마나 되는가(appropriability), 그 자원에 대한 사회적 수요가 얼마나 되는가(demand)에 의해 결정된다. 이 세 요소에 기초한 자원의 가치 결정을 도식화하면 <그림 1>과 같다.

〈그림 1〉 환경의 가치가 결정되는 구간



〈그림 1〉의 도식을 제주 환경가치의 글로벌화에 적용시켜보자. 제주가 갖고 있는 환경자원이 범지구적 차원에서 얼마나 희소한 것이냐, 그 희소성이 범지구적 차원에서 얼마나 값진 환경가치를 점유할 수 있는가, 그리고 제주의 환경자원이 갖고 있는 가치가 전세계적으로 수요가 얼마나 있는가가 제주 환경가치가 글로벌화 될 수 있는 수준을 결정해주는 객관적 요소가 된다. 그러나 객관적 요소 그 자체로 글로벌화 수준이 결정되는 것이 아니라 글로벌화 전략에 의해 희소성, 점유가능성, 수요는 확대·창출할 수 있기 때문에 제주 환경가치의 글로벌화는 제로섬(zero-sum) 게임이 아니라 포지티브섬(positive-sum) 게임이다.

### III. 환경자원의 효율적 활용방안

제주의 자산으로써 자연환경의 자원을 범지구적 차원에서 가치화시키는 것은 효율적으로 실현되어야 한다. 그러므로 효율성이 무엇인지 그 개념을 정립한 후, 그 개념에 기초하여 효율적 활용방안이 모색되어야 한다. 인간의 모든 활동은 달성하고자 하는 목표를 설정하고(설정된 목표), 그 목표를 달성하기 위한 수단을 이용하여(사용하는 수단), 그 목표와 관련된 결과를 얻게 된다(목표달성의 정도). 설정한 목표, 사용하는 수단, 목표달성의 정도 간의 관계를 설명하는 개념에는 세 가지가 있다. 그들은 효과, 능률성, 효율성이다.

효과는 '목표달성을 위한 사용한 수단'이 합리적이냐 아니냐보다는 '목표달

성의 정도'를 중요시하는 즉 목표달성의 과정보다는 결과를 강조하면서 '설정된 목표'의 달성 정도에 초점을 두는 개념이다. 능률성은 '설정된 목표'를 달성하기 위해 '사용하는 수단'과 '목표달성의 정도'의 비율에 초점을 두는 개념이다. 즉 최소 비용으로 최대 결과를 얻는 것이 능률성이다. 따라서 '목표달성을 위해 사용하는 수단'과 '얻어지는 결과' 간의 유관적합성을 강조하기에 과정과 결과 간의 합리성에 초점을 두고 있다. 반면 효율성은 효과와 능률성을 종합한 복합개념이다. 즉 결과뿐만 아니라 과정과 결과 간의 합리성 모두에 초점을 두고 있다.

제주의 환경가치를 범지구적 차원에서 실현하는 방안은 효과와 능률성을 종합한 효율성에 초점을 두어야 할 것이다. 효율적 활용방안의 구축은 최소한 아래와 같은 여섯 단계에 걸쳐 추진되어야 할 것이다.

### (1) 환경자원 활용의 목적과 목표를 정립한다

한 사회는 사회경제발전의 목적과 목표에 의해 발전의 방향과 내용이 달라진다. 이와 마찬가지로 제주 환경자원의 활용 목적과 목표를 어떻게 설정하느냐에 따라 환경가치의 실현 방안이 달라진다. 이 때문에 제주가 구상하는 향후 사회경제발전의 목적과 목표에 부합하게 환경자원 활용의 목적과 목표를 정립해야 한다.

### (2) 환경자원을 목록화한다

제주의 전체 환경자원을 성격에 따라 산림환경자원, 녹지자원, 해양환경자원, 경관자원 등으로 범주화하고, 각 범주에 속하는 개별 환경자원을 목록화한다. 이 목록화 작업 과정에서 현재 활용되고 있는 환경자원, 현재 활용되고 있지는 않지만 잠재적 환경자원, 사장(死藏)되어 있는 환경자원, 활용되지 않고 보존되고 있는 환경자원 등을 확인할 수 있다.

### (3) 현재 환경자원의 훼손 상태를 확인한다

목록화된 환경자원들을 대상으로 훼손 상태를 확인한다. 훼손 상태를 확인할 때는 훼손의 원인이 자연생태계의 남용인지, 환경오염으로 인한 훼손인지, 과도한 도시집중으로 인한 잠식인지, 무분별한 개발정책인지, 정책 부족인지, 왜래 동식물의 침입으로 인한 생태계 교란인지 등을 확인한다.

#### (4) 환경자원 활용의 범주를 정립한다

정립된 제주발전의 목적과 목표에 기초하여 목록화된 환경자원들의 활용을 범주화한다. 즉 목록화된 각 환경자원을 대상으로 직접 사용가치가 있는 환경자원, 간접 사용가치가 있는 환경자원, 선택가치가 있는 환경자원, 비사용가치가 있는 환경자원으로 범주화한다.

#### (5) 현재 활용하고 있는 환경자원의 방법을 확인 및 활용을 재범주화한다

목록화된 환경자원들이 현재 어떻게 활용되고 있는지 활용방법을 확인 후, 정립된 제주발전의 목적과 목표에 부합하게 다시 직접 사용할 환경자원, 간접적으로 사용할 환경자원, 선택적으로 사용할 환경자원, 사용하지 않고 보존할 환경자원으로 재범주화한다. 기존 활용방법이 이 재범주화와 일치하는 경우에는 기존 활용방법을 계속 유지, 또는 수정·보완한다. 그러나 재범주화와 일치하지 않을 경우에는 기존 활용방법을 재범주화에 맞게 수정해야 한다.

#### (6) 향후 환경자원의 최종 활용방안을 정립한다

직접 활용방안은 산업화를 통해 추진하고, 간접 또는 선택적 활용방안은 축제나 이벤트를 통해 추진한다. 정립된 제주발전의 방향과 내용에 기초하여 환경자원 활용방안의 우선 순위도 결정하고, 개발과 보존의 충돌을 최소화하기 위해 현재 분리적으로 추진되고 있는 개발정책과 환경보존정책을 하나의 틀 속에서 통합적으로 구축한다. 활용방안에 따른 활용결과의 효과도 주기적으로 분석하고, 효과분석의 결과에 기초하여 활용방안을 지속적으로 수정·보완해 나가야 할 것이다.

### IV. 환경자원의 국제브랜드화 방안

환경가치를 글로벌화 한다는 것은 제주의 환경자원을 국제 브랜드로 확대시키는 것을 의미한다. 환경자원의 국제브랜드화 방안에 대해서는 이미 ‘제주 관광의 선진화 방안’(서용건, 2012), ‘제주 자연환경의 통합 브랜드 전략’(오창현,



2012), ‘제주 환경자산의 세계화 방안’(김태운, 2010) 등의 이름 하에 많이 다루어져 왔다. 특히 김태운(2010)은 제주 환경자산의 세계화 방으로 보전정책과 우선과 이를 위한 제도적 뒷받침, 다양한 활용정책을 수립하여 지속적 추진, 통합전략 추진, 주민들의 친환경적 삶을 제시하였다.

그러나 제주 환경자원의 국제브랜드화 방안을 모색하기 위해서는 먼저 브랜드의 뜻과 실행전략을 검토한 후, 이 뜻과 실행전략을 환경자원과 결부시킬 때 제주 환경자원의 국제브랜드화를 효율적으로 극대화시킬 수 있는 방안이 도출될 수 있을 것이다.

브랜드(brand)는 원래 기업에서 사용되고 있는 개념이다. 그 뜻은 다양하지만 ‘동일한 회사의 동일한 제품임을 알게 해주는 수단’, ‘제품의 사용경험, 광고경험 등 제품과 관련된 모든 경험의 기억을 담는 그릇’, ‘적절한 연상 또는 이미지를 줌으로써 경쟁자보다 많은 고객 확보, 안정적인 매출 확보 등을 통해 경영상 바람직한 결과를 창출시키는 자원’으로 함축된다.

브랜드화의 실행전략은 브랜드 네이밍(naming)에서 출발하여 브랜드 아이덴티티(identity) → 브랜드 포지셔닝(positioning) → 브랜드 로열티(loyalty) → 브랜드 확장(extension)으로 추진된다. 이 개념들을 제주 환경가치의 글로벌화에 적용해보자. 세계의 모든 사람이 제주의 고객으로써 제주 환경가치의 시장이다. 이 고객들에게 소개할 제주환경의 특성 및 이미지의 핵심적 컨셉(core concept)을 설정하는 것이 브랜드 네이밍이다. 이 고객들이 자신들로 하여금 제주환경의 컨셉 속에 포함되도록 하는 것이 브랜드 아이덴티티이다.

브랜드 포지셔닝이란 제주환경에 대해 고객들이 갖게 되는 아이덴티티에 제주환경의 네이밍에 대한 이미지를 강화시키는 것이다. 브랜드 로열티는 고객들로 하여금 제주환경을 고정적으로 선호하여 계속적으로 방문하도록 열정화시키는 것이다. 브랜드 확장이란 제주환경의 핵심적 컨셉 이외 연관이 기타 다른 컨셉도 점차 확대시켜 나가는 것이다.

브랜드는 분류기준에 따라 다양하게 분류된다. 소유자에 기초하면 제조업자 브랜드, 판매업자 브랜드, 도매업자 브랜드 등으로 분류된다. 판매지역에 기초하면 국제브랜드, 전국브랜드, 지역브랜드로 분류된다. 중요도에 기초하면 기본 브랜드, 보조 브랜드 등으로 분류된다.

이런 맥락에서 보면 제주 환경자원의 국제브랜드화에서 브랜드화의 대상이 제품이 아닌 환경자원이고, 브랜드 판매지역 측면에서는 국제브랜드이다.

이 때문에 1) 제품의 국제브랜드화와 환경자원의 국제브랜드화가 어떤 차이가 있는지를 검토하고, 2) 그 차이에 기초하여 제주 환경자원의 국제브랜드화가 갖는 함의를 구축하고, 3) 국제브랜드화 방안으로써의 실행전략을 수립해



야 할 것이다.

### 1) 제품의 국제브랜드화와 환경자원의 국제브랜드화의 차이

제품의 국제브랜드화는 기업과 제품의 이미지를 결합시켜 제품을 생산지의 역외로 진출시킴으로써 기업의 이윤증대를 추구한다. 반면 환경자원의 국제브랜드화는 제주지역 이미지와 환경자원의 특성 및 차별성을 결합시켜 역외로부터 자금, 인재, 관광객 등을 불러들여 제주발전을 도모한다.

### 2) 제주 환경자원의 국제브랜드화 함의 구축

적어도 세 가지 측면에서 함의를 구축해야 할 것이다. 하나는 ‘제주도는 다른 지역과는 차별성이 있는 환경자원을 가지고 있음을 알게 하는 수단’으로써의 함의이고, 다른 하나는 ‘제주 환경자원에 대한 경험, 홍보접촉 등 제주 환경자원과 관련된 모든 경험의 기억을 담는 그릇’으로써의 함의이고, 또 하나는 ‘이러한 제주 환경자원에 적절한 연상 또는 이미지를 줌으로써 다른 지역보다 많은 고객확보를 통해 제주발전에 바람직한 결과를 창출시키는 자원’으로써의 함의이다.

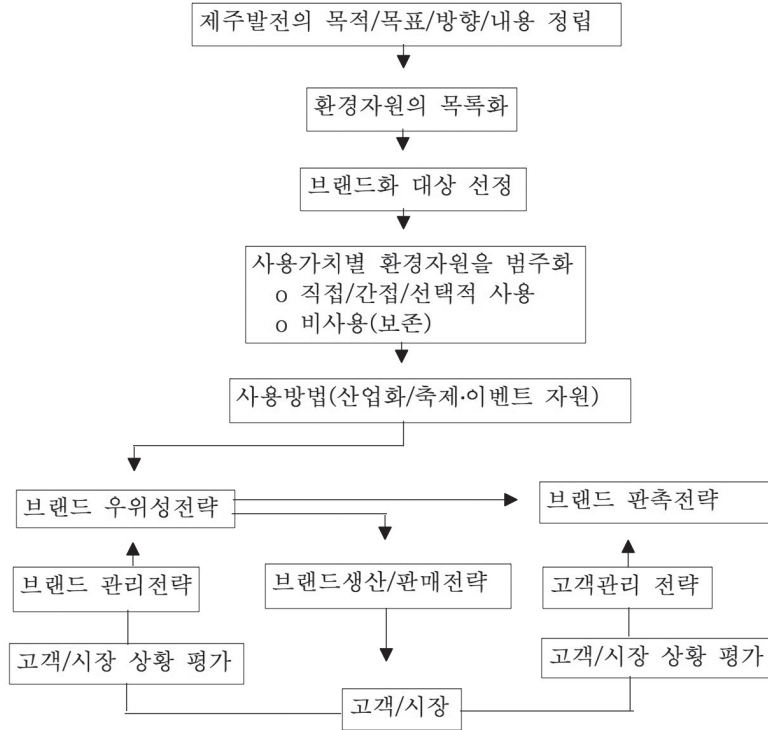
### 3) 제주 환경자원의 국제브랜드화 실행전략 수립

제주 환경자원의 국제브랜드화 실행전략은 가장 먼저 제주발전의 목적과 목표에 초점을 맞추어야 한다. 왜냐하면 제주발전의 목적과 목표의 달성을 위한 방향으로 개별 환경자원의 활용방안을 직접사용, 간접사용, 선택적 사용, 비사용으로 범주화해야 하기 때문이다.

그리고 사용가치로 범주화시킨 환경자원이라도 제주발전의 목적과 목표가 무엇이나에 따라 앞 절(환경자원의 효율적 활용방안)에서 설명한 바와 같이 산업화 자원으로 활용할 것인지, 아니면 축제나 이벤트 자원으로 활용할 것인가를 결정해야 한다.

위의 내용과 앞 절(환경자원의 효율적 활용방안)의 내용 이외 하나의 브랜드로써 제주 환경가치의 생산 및 판매와 연관이 있는 브랜드 우위성, 브랜드 판촉, 브랜드 관리, 고객관리, 시장상황 등에 기초하면 제주 환경자원의 국제브랜드화 방안을 구축하기 위한 기본틀은 <그림 2>와 같이 도식화될 수 있다.

〈그림 2〉 제주 환경자원의 국제브랜드화 방안 구축을 위한 기본틀



위와 같은 기본틀에 기초하여 아래 몇 가지 점들도 함께 추진될 때 제주 환경자원의 국제브랜드화는 더욱 효과적일 것이다. 첫째; 환경자원의 국제브랜드화 과정에 제주에 대한 기존 이미지가 어떠한지 고객과 시장을 대상으로 조사하여 제고할 필요가 있다. 이 조사결과에 기초하여 긍정적 이미지는 더욱 강화하고, 부정적 이미지는 긍정적 이미지로 바꾸는 전략을 동원하고, 새로운 이미지도 창출한다. 둘째; 창의적이고 차별성 있는 기획을 위해 국제화브랜드화 추진조직도 필요할 것이다. 셋째; 환경자원은 복합적 상품이기 때문에 위 기본틀의 각 항목에 대한 기초자료가 지속적으로 체계적으로 수집·정리되어 나가야 할 것이다. 넷째; 매스미디어, 시민단체, 시민, 환경자원과 관련한 이해관계자 당사자 및 집단, 전문가 등과 협력네트워크 구축하여 탄력적으로 대응할 필요가 있다.

## V. 맺는 말

유네스코 3관왕 및 세계7대자연경관을 통해 제주 환경의 고유성과 가치는 이미 국제적으로 인정받았고, 2012년 세계자연보전총회를 통해 또 다시 재확인되었다. 제주의 환경자원은 제주의 자산이기에 그 가치를 국내뿐만 아니라 국제브랜드화 함으로써 제주발전과 연계되어야 하고, 이것의 실현방안이 모색되어야 한다.

제주 환경자원의 국제브랜드화의 목적은 제주발전을 위함이기 때문에 국제브랜드화의 실현방안은 기본적으로 제주발전의 목적 및 목표와 연관 속에서 구축되어야 하고, 그 구축의 출발은 제주 환경자원을 자원별로 직접 사용가치, 간접 사용가치, 비사용가치로 범주화되어야 한다. 이 범주화도 제주발전의 목적 및 목표와 연관 속에서 이루어져야 한다. 그렇지 않으면 환경자원의 보전과 지속가능이용이 조화를 이루면서 체계적으로 실현되지 않는다.

국제브랜드화 과정에는 국내외적으로 다른 지역과 경쟁도 치열할 것이다. 이 경쟁은 <그림 2>에 있는 바와 같이 고객과 시장상황의 평가를 바탕으로 하여 브랜드 우위성 전략, 브랜드 프로모션 전략, 브랜드 관리전략, 고객관리 전략, 브랜드 생산 및 판매전략을 수립하여 대처해 나가야 할 것이다. 즉 제주 환경가치의 글로벌화는 앞 절에서 설명한 바와 같이 제로섬 게임이 아니라 포지티브섬 게임이므로 지속적으로 확대·창출이 가능하다. **JDI**

### \*참고문헌

- 김태운. 2010. "생태평화 유지와 환경자산의 세계화 방안." 「제주발전포럼」(제주발전연구원). 제35호: 38-41.
- 서용건. 2012. "제주 관광의 선진화 방안." 「제주발전포럼」(제주발전연구원). 제40호: 30-41.
- 오창현. 2012. "제주 자연환경의 통합 브랜드 전략 - 유네스코 3관왕과 세계7대자연경관 시너지 효과를 중심으로." 「제주발전포럼」(제주발전연구원). 제40호: 14-20.
- 유동운. 1994. 「환경경제학」, 서울: 비봉출판사.
- 정대연. 1997. 「사회과학방법론 사전」, 서울: 백의출판사.
- . 2004. 「환경사회학」, 서울: 아카넷.
- Martell, L. 1994. Ecology and Society: An Introduction. Cambridge: Polity Press.