



Prof Dr Ümit BEDEN
Optisyenlik I-2

7) PAZARIN BÜYÜKLÜĞÜ

Bugün Türkiye'de gözlük pazarı yaklaşık 300 milyon dolarlık bir büyüklüğe sahip olup, buna numaralı gözlük çerçeveleri ve güneş gözlükleri dahildir. Pazardan yerli markaların aldıkları pay, kamu ve özel kurumların çalışanlarına sağladığı tedavi giderleri çerçevesinde gözlük verilmesi ile artmıştır. T.C. Emekli Sandığı, S.S.K., BAĞ-KUR, üniversite, Silahlı Kuvvetler ve bankaların katkıları ile bu pay daha da büyümektedir.

Gözlük firmaları çoğunlukla İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük kentlerde toplanmıştır. Özellikle bugün, güneş gözlüğünde İstanbul, Ankara ile birlikte Akdeniz ve Ege illeri pazarın büyük bölümüne hakim durumdadır.

Gözlük sektörü son zamanlarda hızlı bir gelişme göstermektedir. Gözlük pazarındaki büyüme, özellikle güneş gözlüğünde yaşanmaktadır. Güneş gözlüğü tüketimi artışı, insanların gelir düzeyi artışı ve bilinçlenmeleri ile doğru orantılıdır.

Bugün, Türkiye'de güneş gözlüğü kullananların % 72'si 24 yaşın altındadır. Nüfusun % 65'inin 28 yaşın altında olduğu ve kentleşme oranının hızla arttığı düşünüldüğünde, Türkiye'de güneş gözlüğü pazarının gelişmeye açık bir Pazar olduğu rahatlıkla görülmektedir.

Rekabete açık, hızla gelişen gözlük sektöründe gelecekte küçük işletmelerin yerini büyük göz merkezlerinin alması beklentiler arasındadır.

Ancak butik gözlükçülük uygulamasında optisyen ile hastası arasında diyalog, ürün tanıtımı ve güven ortamının tesisi ile paramedikal bir müessese olan bireysel optisyenliğin her devir ve ortamda süregelmesi kaçınılmazdır.

8) RAKAMLARLA GÖZLÜK SEKTÖRÜ

- ◉ Gözlük Kullanım Oranı : % 15
- ◉ Yıllık Çerçeve Tüketimi : 7 -10 milyon adet
- ◉ Yıllık Cam Tüketimi : 20 – 25 milyon adet
- ◉ Yıllık Güneş Gözlüğü Tüketimi : 3 – 4 milyon adet
- ◉ Cam ile İlgili Üretim Faaliyeti Gösteren Firma Sayısı : 7 adet
- ◉ Çerçeve Üreten Firma Sayısı : 13 adet
- ◉ İthalatın Yapıldığı Ülkeler : İtalya, Fransa, Almanya, Çin, Japonya, G. Kore

9) SEKTÖRÜN İÇ HACMI

Gözlük sektöründe istatistiki resmi bilgilere ulaşmak hemen hemen imkansız olmakla birlikte, tahmini donelerle bazı değerler ifade edilebilmektedir. Ülkemizde yıllık görme kusuru test ihtiyacı yaklaşık 30 milyon kişi/yıl'dır. (Amprük kriter 15 milyon öğrenci + 15 Milyon 40 yaş üstü nüfus).

- ◉ 70 000 000 - Ülke Nüfusu
- ◉ 10 500 000 - % 15 gözlük kullanan
- ◉ 8 000 000 - Adet/Yıl çerçeve tüketimi (çerçeve kullanım ömrü ortalama 1,5 yıl)
- ◉ 21 000 000 – Adet/Yıl cam tüketimi (kırılma, yıl içinde numara değişimi, aynı kişinin uzak yakın kullanımı nedeniyle cam 1/1 tutulmuştur).

Toptan Fiyatlarla Sektörün İç Hacmi

8 000 000 Adet Çerçeve / Yıl x 30 000 000 TL Ort.	240 000 000 000 000 TL
21 000 000 Adet Cam / Yıl x 7 000 000 TL Ort.	147 000 000 000 000 TL
3 000 000 Adet Güneş Gözlük /Yıl x 25 000 000 TL Ort.	75 000 000 000 000 TL
TOPLAM	462 500 000 000 000 TL

10) YURTIÇİ REKABET

5 bin dolayında optik mağazasının faaliyet gösterdiği günümüzde, rekabet daha çok yeni modeller, muhtelif marka paylaşımları, doktor muayene promosyonları, cam ve çerçeve, doktor paket programları konularında yaşanmaktadır. Kredi kartı taksitlendirmesi sektörlerdeki diğer bir rekabet unsurunu oluşturmaktadır. Bankalar arası kart merkezi, yürürlükteki mevzuatlarına göre, kredi kartı ile yapılan alışverişin üye işyeri tarafından taksitlendirilmesinin, bankalar arası alınan karara uygun olmadığını bildirmiştir. Buna rağmen, bazı firmalar, bu yola başvurmak suretiyle, haksız rekabete sebep olmaktadır.

Resmi – özel göz hastane ve poliklinikleri çevresinde kümelenen firmalar, sektördeki büyük potansiyeli oluşturan T.C. Emekli Sandığı, S.S.K. ve Bağ-Kur hak sahiplerini firmalarına yönlendirmek için uyguladıkları sistemler de çoğu kez meslek etiği ile bağdaşmamaktadır.

4077 Sayılı “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ve 4054 Sayılı “Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanunlar”ın açıkça belirlenmiş hükümlerine rağmen, taksitli satışlar, kampanyalı satışlar, etiket yönetmeliği, ticari reklamlar ve ilanlar konularında, sektörün değişik konum ve kuruluştaki çeşitli firmaları arasında haksız rekabete konu pek çok uygulama yaşanmaktadır.

SEKTÖRDEKİ KURULUŞLAR

1. KAMU SEKTÖRÜ

Optik sektöründe kamu, yürütme görevini üstlenmektedir. Sektör;



T.C. Sağlık Bakanlığı,



T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı,



T.C. Adalet Bakanlığı,



T.C. İçişleri Bakanlığı,



T.C. Maliye Bakanlığı ile ilişkilidir.

2. ÖZEL SEKTÖR

Bugün Türkiye'de, biri işçi holding kuruluşu olmak üzere, yerli ve yabancı sermayeli toplam 7 cam üretimi ve 20 cam ithalatı yapan firma mevcuttur.

Ankara, İzmir, Isparta, Balıkesir’de birer, üçü İstanbul’da tam teşekküllü üretim yapan 7 firma, ithalatlarıyla zenginleştirdikleri ürünleriyle cam pazarının hakimi durumundadır. Çerçeve üretiminde ikisi İzmir’de, biri Muğla’da, beşi İstanbul’da 20 ila 60 milyona kadar toptan fiyatla satılan gözlük çerçeveleri ile bu pazarın mutlak hakimi durumundadır.

3.TÜRKİYE'DEKİ ÜRETİCİLER, İTHALATÇILAR, DİSTRİBÜTÖRLER

Sektörde bugün, İstanbul Ticaret Odası'na kayıtlı 375 adet irili ufaklı üretici, ithalatçı, toptancı ve perakendeci firma bulunmaktadır. Ancak son zamanlarda küçük firmaların bir kısmı kapanmaktadır. Toptan pazarın yaklaşık % 70'ine, 50 kadar büyük firma sahip bulunmaktadır.

3.1. TÜRKİYE'DEKİ GÖZLÜK ÜRETİCİLERİ

Gözlük üreticileri denildiğinde, gözlük camı ve çerçevesi üreten firmalar anlaşılmaktadır. Gözlük camı üreticileri ithal ettikleri ham optik camı çeşitli tür ve şekillerde işlemektedirler. Üretilen bu camlar ve gözlük çerçeveleri, T.C. Sağlık Bakanlığı'ndan ruhsatnameli bir gözlükçü veya optisyen nezaretinde, o ilin Sağlık Müdürlüğü'nden alınmış "İş Yeri Açma Belgesi" bulunan optik mağazalarda, doktor reçetesi ve tüketicinin siparişi doğrultusunda birleştirilerek nihai tüketime hazır hale gelmektedir.

3.2. TÜRKİYE'DEKİ ÇERÇEVE-CAM İTHALATÇI VE DİSTRİBÜTÖRLERİ

Türkiye'de bugün, büyük çoğunluğu İstanbul'da olmak üzere 60'ın üstünde çerçeve ve cam ithalatçı ve distribütörü bulunmaktadır.

4. MESLEK ÖRGÜTLERİ

4.1. İstanbul Ticaret Odası 85No'lu Meslek Komitesi

1997 yılına kadar optik firmalar İstanbul Ticaret Odası bünyesinde Tıbbi Cihaz-Dişçilik Malzemeleri ile birlikte, 57. Meslek Komitesi'nde temsil edilmekteydi. Ancak, optik sektörünün hızlı teknolojik gelişmesi ve yaygınlaşması, meslek mensuplarının ısrarlı girişimleri, 57. Meslek Komitesi'nde sektör temsilcilerinin yoğun takibi ve 8 Mayıs 1997 Tarih ve 20 No'lu Meclis Toplantısı'nda alınan karar ile optik firmaları, İstanbul Ticaret Odası'nda 85. No'lu Optisyenler, Optik ve Optometrik Ürünler Meslek Komitesi'nde temsil edilmektedir.

4.2. DERNEKLER

4.2.1.TÜM OPTİK VE OPTOMETRİK MESLEKLER BİRLİĞİ DERNEĞİ

Sektörün ilk meslek örgütü 1951 yılında “Türkiye Fenni Gözlükçüler Cemiyeti” adıyla, Tevfik Aydın, Anestidis, Ziya Aksu, Ütücüyan ve Rahmi Emgen tarafından kurulmuştur.

Derneğin amaçları;



Türkiye'de sektörün tüm kesimleri arasında dil ve bilgi birliği ile sosyal dayanışmayı sağlayabilmek,



Fenni gözlükçülüğün gelişmesine katkıda bulunmak ve iş hacmini genişletecek çözümler geliştirmek.

1980 yılından sonra, Dernekler Kanunu'nda yapılan değişikliklerle "Türkiye Fenni Gözlükçüler Derneği" ismi "Tüm Fenni Gözlükçüler Derneği" olarak değiştirilmiştir. Derneğin, İstanbul'daki merkezi dışında, Ankara'da da şubesi vardır.

Bugün, Adana, Ankara, İzmir, Kayseri, Konya, Gaziantep, Samsun başta olmak üzere 20 adet Yerel Fenni Gözlükçüler Derneği ve iki adet optisyenler derneği mevcuttur.

Yurt genelinde 2565 kayıtlı üyesi (794'ü İstanbul, 564'ü Anadolu'da olmak üzere, toplam 1398 faal üye, 290 fahri üye ve 399 pasif üye) olan Tüm Fenni Gözlükçüler Derneği, 17.09.2003 tarihinden itibaren adını **“Tüm Optik ve Optometrik Meslekler Birliği Derneği”** olarak değiştirmiştir. İsim ile birlikte, Dernek tüzüğünde de yapılan değişikliklerle oluşturulan yeni organlarla, üyelerin sorunlarına ve mesleki konulara daha gerçekçi yaklaşımlar sağlanmaktadır.

ECOO'nun 15-16/05/2004 tarihli Jolly HOfel St. Ermin's Londra'da yapılan genel kuruluna, Tüm Optik ve Optometrik Meslekler Birliği Derneği Başkanı Sayın Abdullah Aydın ve Genel Sekreteri Sayın Serdar Çaldıran katılımı ve yapılan sunumu sonucu tüm delegelerin oy birliği ile tam üyeliğe kabul olunmuştur. Bu olay, mesleğin AB normlarına uyumda önemli bir aşamadır.

4.2.2. Türk Oftalmoloji Derneği

Türk Oftalmoloji Cemiyeti 16 Temmuz 1928'de İstanbul'da kurulmuş ve çalışmalarını günümüze kadar sürdürmüştür. Türkiye'nin birçok yerinde Lokal Derneklerin de kuruluşuna imkan sağlamıştır. Türk Oftalmolojisinin gelişmesinde Eğitim Hastanelerinin yanında Oftalmoloji Derneği'nin de önemli rolü ve katkıları olmuştur.

4.2.3. Gözlük İmalatçıları Derneği

1983 yılında kurulan, cam ve çerçeve imalatçı firmalarını bünyesinde toplayan derneğin amaçları;

1. Meslektaşlar arasında, dayanışma ve işbirliğini sağlamak,
2. Gözlük standardı kanununun çıkartılması,
3. Dernek merkezinde doğru bilgi ve istatistiki çalışmaların yapılabilmesi için bilgi bankalarının oluşturulması,
4. Diğer meslek örgütleriyle dayanışmanın sağlanarak, bilgi transferi yapılması,
5. İhracatın geliştirilmesi için gerekli yazışmaların yapılması,
6. Dernek ayrıca, TS.EN 1836 ve TS.EN 12870 standart ürün kontrolü için imalatçı ve ithalatçı firmaların desteği ile, TSE Gebze ve İzmir'de laboratuvar kurulmasına yardımcı olmuştur,
7. Sözü edilen standartlar, zorunlu standart konumuna getirilmiştir,
8. 18.04.2004 tarihinden itibaren Dış Ticaret Müsteşarlığı, 2004/10 No'lu Tebliği ile güneş gözlükleri ve optik gözlüklerde taban fiyat uygulaması başlattırılmıştır.

SEKTÖRDE YAPISAL VE GÜNCEL SORUNLAR VE BEKLENTİLER

Sektörün başlıca sorunları şu şekilde sıralanabilmektedir;

1. Göz sağlığının korunması konusunda bilgi eksikliği neticesi tüketimin bilinçsiz olarak yapılması,
2. Uzakdoğu'dan ithal edilen standart dışı ürünlerin fazlalığı,
3. 3958 Sayılı Meslek Yasası'nın, günün koşullarında yetersiz kalması, uzun yıllar yenilenememesinden kaynaklanan mesleki yasal ve uygulama dengesizlikleri,
4. Optometri eğitime geçilmemesi ve mesleki düzenlemelere gerekli önemin verilmemesi,
5. Eximer laser veya lasik tedavi sürecinde gözlük kullanımı aleyhine yapılan gerçek dışı yanıltıcı reklamlar.

1. Avrupa Birliğı'ne Giriş Sürecinde Türkiye'deki Optisyenlik Eğitiminin Sorunları

Bugün Türkiye'deki Optisyenlik Eğitimi, gözlükçülerin geçmişte sahip olduğu mesleki tecrübesi dikkate alınarak incelendiğinde, teorik derslerde bazı eksikliklerin bulunduğu görülecektir. Bu eksikliklerin mesleği, uluslararası Optisyenlik seviyesine çıkaracak şekilde giderilmesi, gerekli eğitim ve mesleki altyapı konularının şimdiden oluşturularak, AB ülkeleri ile Türkiye arasındaki serbest dolaşım aşamasına varıldığında, uluslararası mesleki eşitliğin yakalanması açısından önemlidir. Ayrıca optometri eğitiminin üniversite programlarına alınarak, dört yıllık lisans düzeyinde eğitim sağlanmalıdır.

2. Uzakdoğu'dan İthal Edilen Standart Dış Ürünlerin Fazlalığı

İnsanların alım gücünün düşüklüğü gözlük kullanımını olumsuz olarak etkilemektedir. Bu da taklit mallara yönelmelerine sebep olmaktadır. Her üründe olduğu gibi, standart dışı mallar sektör için büyük tehlike oluşturmaktadır. İnsan sağlığını doğrudan ilgilendiren bu ürünlerin mutlaka sağlık standartlarına uygun olması gerekmektedir. Özellikle güneş gözlüklerinde, yerli veya yabancı menşeli ünlü markaların model taklitli güneş gözlükleri, bunları kullanan insanlar için ciddi tehlikeler yaratmaktadır. Güneşin zararlı UV ışınlarını kesmeyen bu güneş gözlükleri göz dibindeki sinirlerin tahrip olmasına neden olmaktadır. Ayrıca antirefle özelliğı olan gözlük camları tercih edilmelidir.

Bu yüzden, insanların özellikle güneş gözlüğü alırken camları gerçek CE normlarına uygun tercih etmeleri gerekmektedir. Organik camlı güneş gözlükleri kısa zamanda çizilmekte ve gerçek koruyuculuk özelliklerini kaybetmektedir. Ancak bu tür camlar, hafif olmaları ve istenilen tonda renklendirilmeleri nedeniyle yaygın şekilde tercih edildiğinden, kullanımda dış etkenlerden çok iyi korunmalıdır.

Bazı Uzakdoğu ülkelerinden ithal edilen standartlara uygun kaliteli optik ve güneş gözlükleri dışında, bugün Uzakdoğu'dan çok sayıda ithal edilen standart dışı ürünler nedeniyle, gözlük sektöründe ciddi sıkıntılar yaşanmaktadır. Bu malların piyasaya sürölmesi sonucu, daha önce standartlara uygun mal ithal eden fakat kuvvetli sermayesi olmayan bazı firmalar ithalatları durdurmak zorunda kalmaktadır.

Bugün, kalite ve standartlar dikkate alınmadan piyasaya sürülen sözkonusu mallar için herhangi bir cezai müeyyide bulunmamaktadır. Bu yüzden, işporta ve semt pazarlarında büyük boyutlara ulaşan belgesiz ve sağlıklı gözük satışının önüne geçilememektedir. Standart dışı, ultraviyole blokajı olmayan güneş gözlüklerinin kullananlarda göz kızarıklıkları ve katarakta varan sağlık sorunlarına sebep olduğu bilinmektedir. Uzakdoğu'dan standart dışı malların ithalatının önlenmesi için bu tür dampingli mallara bir önlem olarak konulan kota ve standartlara uyumluluk, titizlikle uygulanmalıdır.

3.3958 Sayılı Meslek Yasası'nın Günün Koşullarında Yetersiz Kalması

Optik sektörü 22/6/2004 tarihine kadar, 1940 yılında çıkartılan “3958 Sayılı Gözlükçüler Hakkında Kanun” çerçevesinde faaliyet göstermekteydi. Bu kanunda, “Fenni Gözlükçü” tabiri geçmekte, fakat “optisyen”e yer verilmemekteydi.

1960 yılında çıkartılan bir yönetmelikle, (4 aylık kurslarla) elde edilen mesleğinin, 1992/1993 yıllarında yapılan iki imtihanla, mevcut gözlükçü ruhsat sayısı

2700'den 5000'e yükselmiş ve bu tarihten sonra, kurs tatbikatına son verilerek, YK'n 1989 yılında aldığı bir kararla, ön lisans düzeyinde (optisyenlik) programı uygulayan (Sivas, Muğla, Samsun, Eskişehir, İzmir – 9 Eylül niversitesi) yüksek meslek okulları faaliyete geçmiş, ancak bunların mesleki eğitim muhtevası ve görev, yetki, istihdam alanları üzerinde bir mutabakat sağlanamadığından ve 3958 Sayılı Kanun'da gerekli değışiklikler yapılamadığından, bu okul mezunları mesleklerini icra edememekteydiler.

Bugün, Türkiye’de T.C. Sağlık Bakanlığı’nca verilmiş 5000 gözlükçü ruhsatnamesi bulunmaktadır. Bunlardan yaklaşık 2800 adedinin işyeri bulunmakta, diğerlerinin müstakil çalışıp çalışmadıkları bilinmemektedir. Burada karşımıza “Mesul Müdürlük” kavramı çıkmaktadır. T.C. Danıştay 1. Daire Başkanlığı’nın 1994/69 No’lu, 1994/51 Esaslı Kararı’nca; “ruhsatname sahibi olmayan kişilerin ruhsatnameli mesul bir gözlükçü istihdam etmek suretiyle gözlükçülük ticareti yapmalarına” engel bir hüküm bulunmadığına, 20/04/1994 günü oybirliğiyle karar verilmiştir. Gözlükçülüğün, Tabibler Birliği ve Eczacılar Odası güdümlü “Uydu Meslek” yerine, AB ülkeleri düzeyinde “özenilir bir meslek” konumuna gelmesi gerekmektedir.

Bugün, Sivas, Muğla, Samsun, İzmir (9 Eylül) ve Eskişehir'de olmak üzere, optisyenlik eğitimi veren 5 yüksek okul bulunmaktadır. Ancak bu okullardan mezun olan kişiler de, 3958 Sayılı "Gözlükçülük Kanunu"na göre ruhsatname alamamaktaydı. Çünkü, kanunun 2. maddesine göre, T.C. Sağlık Bakanlığı'nın düzenlediği 2 – 4 aylık kurslardan mezun olan kişiler, bu ruhsatnameyi alabilmekteydi.

Eğitim düzeyi 2 yıllık ön lisans seviyesine çıkarıldığından, T.C. Sağlık Bakanlığı'nın mesleki kurs uygulaması kaldırılmıştır. Fakat 3958 Sayılı Kanun, ruhsatname alınmasını, kurs sonucuna bağladığından, Bakanlık ön lisans mezunu bin genç optisyene, ruhsatname verememekteydi. Yani mesleki eğitim verilmekte, ancak o mesleği uygulama izni verilmemekteydi.

Üniversite ön lisans 2 yıllık eğitimi alarak mezun olan bu kişiler, mesleklerini serbestçe yapamamaktaydı. Türkiye’de optisyenlik eğitimi veren okulların yaygınlaşması ve buradan mezun olan kişilerin görevlerini yapabilmeleri için

Gözlükçülük Kanunu’nun değişmesi ve AB optisyenlik optometrik meslek kanunlarına uygun hale getirilmesi gerekmektedir. 3 22.06.2004 tarihinde T.B.M.M.’de kabul edilerek T.C. Resmi Gazete’nin 25504 Sayılı nüshasında yayınlanarak yürürlüğe giren 5193 Sayılı “Optisyenlik Hakkında Kanun” bu konulara kısmen çözüm getirmiştir.

ULUSLARARASI REKABET

1. Gümrük Birliği

Gümrük Birliği ile, üretimde aksesuar zenginliği modelleri etkilemiş, pazarda hissedilir bir ürün zenginliği oluşmuş ve varolan ithalatın payı artmıştır. Ancak Gümrük Birliği, gözlük sektöründe, gümrüklerin indirilmesi veya gümrüklerin sıfırlanmasından daha farklı bir boyutta incelenmelidir. Sektörde, Gümrük Birliği'nin sosyolojik etkileri önemlidir. Örneğin, Avrupa Birliği Ülkeleri'nde, optisyenlik eğitimi tek bir program çerçevesinde yapılmakta iken, Türkiye'de eğitim tabanı aynı değildir.

2. Optik Ürünleri Fuarı

Yerli, ithal ürünler ve yabancı sermayeli yatırımlar, kısacası sektörün gücü ve dünya ile bütünleşme düzeyi en çarpıcı şekliyle fuarlarda görülebilmektedir. Ülkemizde, optik sektörünün gelişimi, 1984 YILINDAN BERİ Afeks Firması tarafından düzenlenen “Optik Ürünler Fuarı” ile izlenmektedir.

Geçmişte, ithalatçı, imalatçı firma sahiplerinin, Köln, Milano ve Paris'te takip ettikleri uluslararası optik fuar etkinliklerinden, Türkiye'deki gözlük sektörünün büyük bir bölümünü oluşturan perakendeci firmalar faydalanamamaktaydı. 18 yıl önce İstanbul'da da başlayan ve her yıl bir öncekine göre gelişerek devam eden optik fuarları bugün uluslararası bir kimliğe ulaşmıştır. Sektörün en kapsamlı buluşma ortamı olan fuarlar, aynı zamanda o sektörün vitrini ve gelişmişliğini yansıtan aynası gibidir.

Yerli, yabancı, imalatçı, ithalatçı firmaları ile perakendeci firmaların ürün kalite model ve fiyat mukayesesinin yapıldığı, sektörel teknolojinin sergilendiği Optik 2004 18. Uluslar arası Tüm Optik ve Oftalmolojik Ürünler Fuarı 04 – 07 Mart 2004 tarihleri arasında CNR Expo Center’da düzenlenmiştir. Gözlük çerçeveleri, optik camlar, güneş gözlükleri, spor ve koruyucu gözlükler, gözlük kılıf ve aksesuarları, optometrik ve oftalmolojik cihazlar ve aksesuarları, optik atölye ve laboratuvar aletleri, ürün gruplarında 92 firmanın katıldığı ve 500 civarında markanın sergilendiği fuarı, 7500 profesyonel ziyaretçi izlemiştir. Optik 2004’ün organizatörlüğünü EUF (Uluslararası Fuar Tanıtım Hizmetleri A.Ş.) İTE Group PLC ve Afeks Müştereken üstlenmiştir.

3. Teknolojik Seviye

Özellikle son yıllarda, perakendeci firmalar, ithal ürünlerin sergilenmesi ve pazarlanması yönünden modern bir görünüm kazanmıştır. Yaşam düzeyini yükselten bu gelişme, hizmet şekli ve teknolojik imkanları da beraberinde getirmiştir. Bazı optik mağazalarda, bilgisayar teknolojisinin yaygın olarak kullanılması sonucu, artık şablonlu cam kesme makineleri yerini mikro-bilgisayar kontrollü şablonsuz tamotomatik cam işleme makinelerine ve manuel kontrollü fokometreler de yerini tam otomatik dijital fokometrelere bırakmaktadır. Rekabetin üst düzeyde olduğu optik piyasasında kalabilmek için optik firmaların sürekli olarak kendilerini yenilemeleri gerekmektedir. Gelecekte, büyük mağazacılık sistemlerine dönüş kaçınılmaz olacaktır.