



# ඔබටත් ලකුණක්

සුළු හා මධ්‍යම පරිමාණ ව්‍යාපාර සඳහා වෙළඳ ලකුණක  
අවශ්‍යයතාවයට හැඳින්වීමක්.

## ව්‍යාපාර සඳහා බුද්ධිමය දේපල මාර්ගෝපදේශ මාලාව

1. **'ඔබටත් ලකුණක්'** - වෙළඳ ලකුණු ආරක්ෂණය: සුළු හා මධ්‍යම ප්‍රමාණයේ ව්‍යවසායකයින් සඳහා වෙළඳ ලකුණු පිළිබඳ හැඳින්වීමක්. (බුද්ධිමය දේපල පිළිබඳ ලෝක සංවිධානය - 900 වැනි ප්‍රකාශනය)
2. **'හොඳ පෙනුමක්'** - කාර්මික සැලසුම් ආරක්ෂණය: සුළු හා මධ්‍යම ප්‍රමාණයේ ව්‍යවසායකයින් සඳහා කාර්මික සැලසුම් පිළිබඳ හැඳින්වීමක්. (බුද්ධිමය දේපල පිළිබඳ ලෝක සංවිධානය - 498 වැනි ප්‍රකාශනය)
3. **'සුරැකි අනාගතයක්'** - පේටන්ට් ආරක්ෂණය: සුළු හා මධ්‍යම ප්‍රමාණයේ ව්‍යවසායකයින් සඳහා පේටන්ට් බලපත්‍ර පිළිබඳ හැඳින්වීමක්. (බුද්ධිමය දේපල පිළිබඳ ලෝක සංවිධානය - 917 වැනි ප්‍රකාශනය)
4. **'නිර්මාණශීලී ඔබට ප්‍රතිරූපන ආරක්ෂණය'** - සුළු හා මධ්‍යම ප්‍රමාණයේ ව්‍යවසායකයින් සඳහා ප්‍රතිරූපන අයිතිය පිළිබඳ හැඳින්වීමක්. (බුද්ධිමය දේපල පිළිබඳ ලෝක සංවිධානය - 918 වැනි ප්‍රකාශනය)

ඉහත සියළු ප්‍රකාශන පහත සඳහන් වෙබ් අඩවියෙන් ලබා ගත හැක: [www.wipo.int/ebookshop](http://www.wipo.int/ebookshop)

**විශාලනය:** මෙම පොතෙහි අඩංගු තොරතුරු වෘත්තීය නීති උපදෙස් සඳහා ආදේශකයක් නොවන බව සැලකිය යුතුය. මෙහි අඩංගු වන්නේ විෂයය පිළිබඳ මූලික තොරතුරු පමණි.

මෙම ප්‍රකාශනය බුද්ධිමය දේපල පිළිබඳ ලෝක සංවිධානයේ (WIPO) පූර්ව අනුමැතිය සහිතව පරිවර්තනය කර ප්‍රතිසම්පාදනය කරන ලදී. මෙහි මුල් ඉංග්‍රීසි අනුවාදයේ ප්‍රතිරූපන අයිතිය බුද්ධිමය දේපල පිළිබඳ ලෝක සංවිධානය (WIPO) සතු වන අතර එම ප්‍රකාශනය [www.wipo.int/sme/en/documents/guides/](http://www.wipo.int/sme/en/documents/guides/) වෙබ් අඩවියෙහි දක්වා ඇත. පරිවර්තනය කරන ලද පොතෙහි අඩංගු තොරතුරු වල නිවැරදි භාවය පිළිබඳව පූර්ණ වගකීම ශ්‍රී ලංකාවේ සුළු හා මධ්‍යම පරිමාණ ව්‍යවසාය සංවර්ධන ව්‍යාපෘතිය (Project SMED) සතු වන අතර ඒ පිලිබඳව බුද්ධිමය දේපල පිළිබඳ ලෝක සංවිධානයේ වගකීමක් නොමැති බව සැලකිය යුතුය.

සුළු හා මධ්‍යම පරිමාණ ව්‍යවසාය සංවර්ධන ව්‍යාපෘතිය (ප්‍රතිරූපන අයිතිය 2010) ඉංග්‍රීසි අනුවාදයේ ප්‍රතිරූපන අයිතිය බුද්ධිමය දේපල පිළිබඳ ලෝක සංවිධානය (WIPO) (ප්‍රතිරූපන අයිතිය 2006) මෙම ප්‍රකාශනයේ අඩංගු කරුණු සම්පූර්ණයෙන්ම හෝ කොටස් වශයෙන් හෝ විද්‍යුත් මගින් හෝ යාන්ත්‍රික මාර්ගයකින් හෝ වෙනත් කිසිම අයුරකින් ප්‍රතිසම්පාදනය කිරීම හෝ සම්ප්‍රේෂණය කිරීම හෝ ශ්‍රී ලංකාව තුළ බෙදා හැරීම හිමි සුළු හා මධ්‍යම පරිමාණ ව්‍යවසාය සංවර්ධන ව්‍යාපෘතියේ (Project SMED) පූර්ව අනුමැතියකින් තොරව සිදු නොකල යුතුය.



## හැඳින්වීම

ව්‍යාපාර සඳහා 'බුද්ධිමය දේපල' මැයෙන් රචිත අත්පොතෙන් පෙළක් අන්තර්ගත පළමු වැනි අත් පෙළක් අතරින් පළමු වැනි අත්පොත මෙය වේ. මෙමගින් සමාගමක අලෙවිකරණ හා වෙළඳ සන්නම් යොදා ගැනීමේ මූලික සිද්ධාන්තය වන වෙළඳ ලාංඡනය පිළිබඳව සාකච්ඡා කරයි.

ව්‍යාපාරික තලයක සිට වෙළඳ ලාංඡනය පිළිබඳ විස්තරයක් මෙම අත්පොතින් විග්‍රහ කරයි. විශේෂ කියවන්නාගේ පහසුව කතා වඩාත් ප්‍රායෝගික ලෙස උදාහරණ සහිතව හා රූප සටහන්ද යොදා ගනිමින් අත් පොත රචනා කර තබීම විශේෂත්වයයි. මෙමගින් සුළු හා මධ්‍යම පරිමාණ ව්‍යාපාරවල, මුළු ව්‍යාපාරික උපාය මාර්ගය සඳහා, මෙම උපාය මාර්ගය සඳහා, මෙම වෙළඳ උපාය මාර්ග යොදා ගැනීමට ව්‍යාපාරිකයින් උනන්දු කරයි. WIPO ආයතනය ලොව පුරා සිටින සුළු හා මධ්‍යම පරිමාණ ව්‍යාපාරිකයින්ගෙන් මෙම අත්පොත සම්බන්ධ අදහස් බලාපොරොත්තු වන අතර එය වඩාත් ප්‍රායෝගිකව බලාපොරොත්තු වන අතර එය වඩාත් ප්‍රායෝගික කරුණු ඇතුළත් අත්පොතක් ලෙස සකස් කිරීමට ඉවහල් වන බව විශ්වාසයි.

දේශීය ආයතන හා වෙනත් දේශීය හවුල්කාර ආයතන සමඟ එක්ව, දේශීය අවශ්‍යතාවන්ට සරිලන ආකාරයෙන් අත්පොත නැවත සැකසීමට WIPO ආයතනය උනන්දුවක් දක්වන අතර, ඒ සඳහා අදාල දේශීය ආයතනවලට WIPO ආයතනය ඇමරිකානු විස්තර ලබා ගැනීමට හැකියි.

## පටුන

පිටුව

1. වෙළඳ ලාංඡනය 3
2. වෙළඳ ලාංඡන ආරක්ෂාව 6
3. වෙළඳ ලාංඡන වර්ග 15
4. වෙළඳ ලාංඡන භාවිතාව 17
5. වෙළඳ ලාංඡන බලත්මක කිරීම 21

# 1. වෙළඳ ලාංඡන

## වෙළඳ ලාංඡනයක් යනු කුමක්ද?

වෙළඳ ලකුණක් යනු, යම් ව්‍යාපාරික ආයතනයක් විසින් නිෂ්පාදනය හෝ සපයන අතිකුත් ආයතනවල භාණ්ඩ හා සේවා අතරින් වෙන් කොට හඳුනා ගත හැකි ලකුණයි.

ඕනෑම භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් ප්‍රභේදනය කර දැක්වීම සඳහා යොදාගන්නා විශේෂිත වචන, අකුරු, අංක, චිත්‍ර, පින්තූර, හැඩතල, වර්ණ, ලාංඡන, ලේඛල් හෝ මේ සියල්ලන්ගේම එකතුවක් වෙළඳ ලාංඡනයක් ලෙස සැලකිය හැකියි. එසේම ඇතැම් රටවල, වෙළඳ ප්‍රචාරණ උද්යෝග පාඨයක්, වෙළඳ ලාංඡන වශයෙන් පිළිගන්නා අතර, ඒවා දේශීය ලාංඡන කාර්තුවල ලියාපදිංචිය සිදුකරයි. තවද සම්ප්‍රධායික නොවන වෙළඳ ලාංඡන, එනම් තනි වර්ණ, ක්‍රිමාණ සංඥා (නිෂ්පාදනයේ හෝ ඇසුරුමේ හැඩය), ශ්‍රවණ සංඥා (ශබ්ද) හෝ ආක්‍රාණ සංඥා (විවිධ සුවඳ වර්ග) ලියාපදිංචිය සඳහා ඇතැම් රටවල් පහසුකම් සපයා ඇත. කෙසේ වුවත් බොහෝ රටවල් වෙළඳ ලාංඡනයක් ලියාපදිංචි කිරීමට නිකිය යුතු සීමාවන් දක්වා ඇති අතර, සාමාන්‍යයෙන් දෘෂ්‍යමාන හෝ ග්‍රැෆික් අනුසාරයෙන් දැක්විය හැකි වෙළඳ ලාංඡන ලියාපදිංචි කල හැකියි.

### උදාහරණ:

වචන:



අනුග්‍රහය: Yahoo!

ලාංඡන වර්ග:



පෙන්ගුවින් පොත් සමාගමේ අනුමැතිය සහිතව නැවත නිර්මාණය කරන ලද්දකි.

අකුරු හා ලාංඡන වර්ගයන්හි එකතුවකි:



© 1986 WWF – ස්වභාව ධර්මය සඳහා වන ලෝක අරමුදල. (මීට පෙර භාවිතා වූයේ ලෝක වන ජීවී අරමුදල ලෙසයි.)

ක්‍රිමාණ රූපී ලකුණ (නිෂ්පාදනය හැඩය):



Toblerone® ලකුණ: 1986 ක්‍රාෆ්ට් ග්‍රැෆි සමාගම විසින් ලියාපදිංචි කරන ලද වෙළඳ ලකුණකි.

**වෙළඳ ලාංඡනයක අවශ්‍යතාව කුමක්ද?**

වෙළඳ ලාංඡනයකින් සිදුවන ප්‍රධානතම කාර්යය වන්නේ යම් කිසි ව්‍යාපාරික ආයතනයක් විසින් නිපදවන ලබන භාණ්ඩය (භාණ්ඩ / සේවාවන්) වෙතත් තරඟකාරී ව්‍යාපාරික ආයතනයක් විසින් නිපදවන ලබන ඒ හා සමාන භාණ්ඩයන් අතුරින් වෙන් කර හඳුනා ගැනීමේ හැකියාව පාරිභෝගිකයන්ට ලබා දීමයි. පාරිභෝගිකයා යම්කිසි භාණ්ඩයකට හෝ සේවාවකට හුරු පුරුදු වූ විට ඉදිරියේදීත් එම භාණ්ඩය / සේවාව මිලදී ගැනීමට කැමැත්තක් දක්වයි. ඒ අනුව අනිකුත් සමාන තත්ත්වයේ ඇති භාණ්ඩ අතරින් තම භාණ්ඩයට සුවිශේෂ කීර්තියක් ඇති කර ගැනීමට ව්‍යාපාරිකයාට හැකිවේ.

පවතින තරඟකාරීකත්වය තුලදී තම භාණ්ඩය හා ව්‍යාපාරික ආයතනය සුවිශේෂී තත්ත්වක් ඇති කර ගැනීමට වෙළඳ ලාංඡන සමාගමේ වෙළඳ නාම ප්‍රචාරණයේදී හා අලෙවි උපාය මාර්ගවලදී සුවිශේෂී කාර්යභාරයක් ඉටුකරයි. එසේම එය සමාගමේ ප්‍රතිරූපය ප්‍රචාරයටත් කීර්තිය නංවා ලීමටත් ඉවහල් වේ. සමාගමේ ප්‍රතිරූපය හා කීර්තිය තුලින් පාරිභෝගික විශ්වාසය ගොඩ නගන අතර එහි සමාගමේ භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමට කැමැත්තක් දක්වන පාරිභෝගිකයකු නිර්මාණය කරන අතර සමාගමේ කීර්ති නාමයද ඉහල නංවයි. භාණ්ඩයක ඇති ගුණාත්මක තත්ත්වයන් හෝ එහි විවිධ අංශයන් නිසා පාරිභෝගිකයා භාණ්ඩයේ වෙළඳ නාමයට මානසික වශයෙන් ඇළුම් කරන තත්ත්වයකටද පත්වේ.

යම් වෙළඳ නාමයකට ධනාත්මක පිලිගැනීමක් ඇති බව තහවුරු කරගැනීමට වෙළඳ ලාංඡනය සහය වේ.

ඒ අනුව සමාගමට තවදුරටත් නඩත්තු කිරීම් සඳහා භාණ්ඩයේ ගුණාත්මක තත්ත්වයන් ඉහල දැමීමට ආයෝජනය කල යුතුද නැතිද යන්න තීරණය කිරීමට වෙළඳ ලාංඡනය සහය වේ.

**වෙළඳ ලාංඡනයක ඇති ප්‍රයෝජන**

ඉතා ප්‍රවේසමෙන් තෝරා ගන්නා ලද හා මැනවින් පවත්වා ගෙන ගිය වෙළඳ ලාංඡනයකින් එම සමාගමට ඇති ඉතා වටිනා ව්‍යාපාරික සම්පතකි. ඇතැම් සමාගම්වලට තම වෙළඳ ලාංඡනය යනු ඔවුන් සතු ඉතාම වටිනා සම්පතයි. ලෝකයේ සුප්‍රසිද්ධ වෙළඳ ලාංඡනය වන කොකා කෝලා හා ෂර්ප් වෙළඳ ලාංඡන එකක ඇස්තමේන්තු ගත වටිනාකම මොලර් මිලියන 50 ඉක්මවයි. මෙයට හේතුව වන්නේ පාරිභෝගිකයින් වෙළඳ ලකුණට, භාණ්ඩයේ පිලිගැනීමට, ප්‍රතිරූපයට වෙළඳ ලාංඡනය සමඟ ඇති විවිධ ගුණාංග වලට වටිනාකමක් පාරිභෝගිකයා විසින් ලබා දෙන බැවිනි. එසේම පාරිභෝගිකයා ඔවුන් කැමැත්තක් දක්වන වෙළඳ ලාංඡන සහිත භාණ්ඩයට හා ඔවුන්ගේ අවශ්‍යතා ඉෂ්ඨ කරන භාණ්ඩයක් වැඩි මුදලකට හෝ මිලකට ගැනීමට කැමැත්තක් දක්වයි. යනපත් ප්‍රතිරූපයක් හා පිලිගැනීමකින් යුතු වෙළඳ ලාංඡනයක් ඇති සමාගමකට අනිකුත් තරඟකාරී වෙළඳ ආයතන සමඟ ඇති තරඟයකට සාර්ථක ලෙස මුහුණ දීමට හැකිවේ.



අනුග්‍රහය: IBM Deutschland GmbH

**වෙළඳ සමාගමක් විසින් වෙළඳ ලාංඡනයක් ආරක්ෂාකල යුත්තේ ඇයි?**

වෙළඳ තරඟකාරීත්වය තුලදී, තම නිෂ්පාදන අතිකුත් නිෂ්පාදන අතරින් වෙන් කර හඳුනා ගැනීමට සමාගම සතු වෙළඳ ලාංඡනයේ බෙහෙවින් උපකාරී වන බව බොහෝ සමාගම්වලට අවබෝධයක් ඇති නමුත් ඔවුන්ගෙන් බොහෝ දෙනාට වෙළඳ ලාංඡනයක් ලියාපදිංචි කිරීමේ ඇති වැදගත්කම පිළිබඳ අවබෝධයක් නැත.

අදාල වෙළඳ ලාංඡන ලියාපදිංචි කිරීමේ නීතිය යටතේ, ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡනය ලියාපදිංචි කිරීමෙන් අන් භාණ්ඩ අතරින් ඔබගේ භාණ්ඩයට අලෙවිකරණයේ නිෂ්චිත තත්වයක් හෝ සමාන නිෂ්පාදන හෝ ඒ සමාන වෙළඳ ලාංඡන ලබා දෙයි.

ලියාපදිංචි නොකල වෙළඳ ලාංඡනයක් සහිත භාණ්ඩයක් අලෙවිය වර්ධනය සඳහා කරනු ලබන ආයෝජන ඵල රහිත වේ. මන්දයත් අතිකුත් තරඟකාරී ආයතන ඵම භාණ්ඩකට හෝ ඵම භාණ්ඩයට සමාන භාණ්ඩ සඳහා ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡනයක් භාවිතා කිරීමට අවස්ථාව ඇති බැවිනි. ඒ අනුව ඔබේ පාරිභෝගිකයන් රැවටීමකට භාජනයවී, ඔබගේ භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම වෙනුවට ඔබගේ තරඟකරුවාගේ භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සිදුකරයි. ඵමගින් ඔබගේ ලාභය පහල වැටීමක්, ඔබගේ පාරිභෝගිකයන් වංචා සහගත රැවටීමකටද ලක්වේ. විශේෂයෙන්ම ඔබගේ තරඟකරුවාගේ භාණ්ඩය බාල තත්වයේ නිෂ්පාදනය වුවක් වන විටදී, ඵය ඔබගේ සමාගමේ පිළිගැනීමටත් ඵහි කීර්තීමයටත් හානිදායී වේ.

වෙළඳ ලාංඡනයක් ලියාපදිංචියේ වැදගත්කම හා වෙළඳපල තුලදී භාණ්ඩයක් සාර්ථක වීමට වෙළඳ ලාංඡනයක් සතු හැකියාව යන කරුණු සලකා බැලීමේදී, අදාල වෙළඳපල තුලදී වෙළඳ ලාංඡනයක ලියාපදිංචිය ඉතාම වැදගත් කරුණකි.

මීට අමතරව වෙළඳ ලාංඡනයක් ලියාපදිංචි කිරීමෙන්, ලියාපදිංචි කරන ලද වෙළඳ ලාංඡනයක් බලපත්‍ර මගින් වෙනත් සමාගමකට පැවරීමෙන් ඔබට අමතර ආදායමක් ඉපයීමටත්, අධිකාරී බලය පවරණ ගිවිසුමකට වලඹීමේ වඩාත් පහසුදායක පසුබිමක් ඇතිවේ.

ඇතැම් අවස්ථාවලදී, වෙළඳ සාර්ථකත්වයක් සඳහා වෙළඳ ලාංඡනයක් සතු වැදගත්කම ඉහල යාම හේතුවෙන්, පාරිභෝගිකයාගේ විශ්වාසය දිනා ඇති ලියාපදිංචි කරන ලද වෙළඳ ලාංඡනයකට මූල්‍ය ආයතන වලින් මූල්‍යාධාර ලැබීමේ හැකියාවද පවතී.

**වෙළඳ ලාංඡන:**

- අතිකුත් භාණ්ඩ අතරින්, ඵක් භාණ්ඩයක් පැහැදිලි ලෙස හඳුනා ගැනීමට පාරිභෝගිකයාට පසුබිම සකස් කරයි.
- අතිකුත් භාණ්ඩ අතරින්, තම භාණ්ඩයට වෙනසක් ඇතිකර ගැනීමට වෙළඳ සමාගමකට හැකියාව ලබාදේ.
- වෙළඳ නාම ප්‍රතිරූපය හා පිළිගැනීම සඳහා අවශ්‍යය සාධකයක් වන අතර අලෙවිකරණයේ ඵක් උපාංගයකි.
- වෙළඳ ලාංඡන බලපත්‍ර මගින් පවරා දීමෙන් අමතර ආදායමක් ලැබීමට හැකියි.
- අධිකාරීබල පැවරීමේ ගිවිසුම් වලදී අත්‍යවශ්‍ය සාධකයකි.
- ඉතා වටිනා ව්‍යාපාරික සම්පතකි.
- නඩත්තු කිරීමේ හා භාණ්ඩයේ ගුණාත්මක තත්වය ඉහල නැංවීමට ආයෝජනය කිරීමට සමාගමට අවශ්‍ය පසුබිම සකස් කරයි.
- මූල්‍යාධාර ලබා ගැනීමට ඇතැම් විට ප්‍රයෝජනවත්වේ.

## 2. වෙළඳ ලාංඡන ආරක්ෂා කිරීම

### ඔබගේ සමාගම වෙළඳ ලාංඡනයක් ආරක්ෂා කර ගන්නේ කෙසේද?

ලියාපදිංචිය තුලින් හෝ ඇතැම් රටවල නම් භාවිතය තුලින් වෙළඳ ලාංඡනය ආරක්ෂාකර ගැනීමට හැකියි. වෙළඳ ලාංඡනයක් භාවිතය තුලින් ආරක්ෂාකර ගැනීමට හැකිවුවත්, වෙළඳ ලාංඡනය ලියාපදිංචි කර ගැනීම වඩාත් වාසිදායකවේ. ඒ සඳහා අදාල අයදුම්පත්‍රය පුරවා ජාතික මට්ටමේ ඇති වෙළඳ ලාංඡන කාර්යාලයට භාරදිය යුතු අතර ඇතැම් කාර්යාලවල අන්තර්ජාලය ඔස්සේද අයදුම්පත්‍ර භාරදීමේ පහසුව සලසා ඇත. යම් වෙළඳ ලාංඡනයක් වැනිම වූ හෝ ඒ හා සාමාන්‍යතා ඇති අවස්ථාවකදී ඇතිවන ගැටළුකාරී තත්ත්වයන් වලදී ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡනය ලියාපදිංචිකර තිබීමෙන් ඔබට හා ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡනයට ශක්තිමත් ආරක්ෂාවක් ලැබේ. වෙළඳ ලාංඡනයක් ලියාපදිංචි කිරීම සඳහා වෙළඳ ලාංඡන නියෝජිතයෙකුගේ සහය අවශ්‍යවනවා මෙන්ම ඉතාම ප්‍රයෝජනවත්වේ. ඇතැම් විට වෙළඳ ලාංඡන නියෝජිතයෙකුගේ සහය අනිවාර්යවේ.

### ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡනය ලියාපදිංචි කිරීම පමණක් ප්‍රමාණවත්ද?

බොහෝ ව්‍යාපාරිකයින්ගේ අදහස වන්නේ තම ව්‍යාපාරයට හා වෙළඳ නාමයට ආරක්ෂාව ලැබෙන බවයි. මෙය ඉතා පොදු වැරැදි මතයකි. එබැවින් වෙළඳ නාමය හා වෙළඳ ලාංඡනය අතර වෙනස හඳුනා ගැනීම ඉතා වැදගත්වේ.

වෙළඳ නාමය යනු ඔබගේ සමාගමේ සම්පූර්ණ නමයි. උදාහරණ ලෙස රික්ෂන් ජන්රන් ජන්රන් සමාගම ෂඩ්වැරද්විසඳුකික ඩබ්වී එච්ච් ඔබගේ සමාගම

හඳුනා ගත හැකියි. එය බොහෝ විට සීමාසහිත සමාගම, සමාගම යනුයෙන් අවසන් වේ. එය සමාගමේ නීතිමය තත්ත්වයන් අනුව තීරණය වේ.

කෙසේ වුවත් වෙළඳ ලාංඡනයෙන් ඔබගේ භාණ්ඩය අන් භාණ්ඩ අතරින් වෙන් කර ගැනීමට අවස්ථාව ලබාදෙයි. එක් සමාගමකට විවිධ වෙළඳ ලාංඡන තිබීමට හැකියි, උදාහරණ ලෙස රික්ෂන් ජන්රන් සමාගමට තම නිෂ්පාදන, උදාහරණ ලෙස රික්ෂන් ජන්රන් සමාගම යටතේ ද අලෙවි කල හැකියි. සමාගමකට එක් නිෂ්පාදනයකට හෝ නිෂ්පාදන වර්ග කිහිපයකට එම විශේෂිත වෙළඳ ලාංඡනයන් භාවිතා කල හැකියි. ඇතැම් සමාගම් විසින් ඔවුන්ගේ වෙළඳ නාමය හෝ ඉන් කොටසක් වෙළඳ ලාංඡනය ලෙස භාවිතා කරයි. එහිදී ඔවුන් එය වෙළඳ ලාංඡනයක් ලෙස ලියාපදිංචි කිරීම වැදගත්වේ.

### වෙළඳ ලාංඡනයක් ලියාපදිංචි කිරීමට අයදුම්කල හැක්කේ කාටද?

සාමාන්‍යයෙන්, වෙළඳ ලාංඡනයන් භාවිතා කිරීමට බලාපොරොත්තු වන ඕනෑම කෙනෙකුට හෝ වෙළඳ ලාංඡනයක් භාවිතා කරන පාර්ශවයකට ලියාපදිංචිය සඳහා අයදුම්කල හැකියි. එය තනි පුද්ගලයෙක් හෝ නීතිමය තත්ත්වයක් ඇති අයෙක් විය හැකියි.

### සමාගමක වෙළඳ ලාංඡනය ලියාපදිංචි කිරීම අනිවාර්ය වුවක්ද?

එය අනිවාර්ය වුවක් නොවේ. නමුත් වෙළඳ ලාංඡනයක් භාවිතය සඳහා එයටම අනන්‍යවූ අයිතියක් එහි ලියාපදිංචි කිරීමෙන් ලැබෙන බැවින්, වෙළඳ ලාංඡනය ලියාපදිංචි කිරීම වඩා යෝග්‍යයවේ.

**අයදුම්පත්‍රයක් ප්‍රතික්ෂේප වීමට බලපාන සාධක මොනවාද?**

වෙළඳ ලාංඡනයක් තෝරා ගන්නා අතරදී, එය ලියාපදිංචි කිරීමට යාමේදී එහි කුමන අංග ලියාපදිංචි කිරීමෙන් ඉවත් කිරීමට හේතුවනවාද යන්න පිළිබඳ, අවබෝධයක් තිබීම වැදගත්වේ. පහත දැක්වෙන තත්ත්වයන් වලදී ඇති අත්‍යවශ්‍ය අංග වලදී අයදුම්පත්‍ර ප්‍රතික්ෂේප වීම සිදුවේ.

- **ප්‍රජාතීය පද:** උදාහරණයක් ලෙස ඕබ්ගේ සමාගමට පුටු අලෙවි කිරීමට පුටු නැමැති වෙළඳ ලාංඡනය ලියාපදිංචි කිරීමට අවශ්‍යයයි සිතමු, නමුත් පුටු යනු එම භාණ්ඩය පොදුවේ හඳුන්වන නාමය නිසා එම ලාංඡනය ප්‍රතික්ෂේප විය හැකියි.
- **සවිස්තරාත්මක පද:** යම් භාණ්ඩයක් වඩාත් විස්තරාත්මකව දැක්වීමට මෙම පද භාවිතා වේ. උදාහරණයක් ලෙස මීහිර/රසවත් යන වෙළඳ ලාංඡනය වොකලට් අලෙවියේ වෙළඳ ලාංඡනයක් ලෙස ලියාපදිංචි කිරීමට අවස්ථාව නොලැබෙනු ඇත. මන්දයත් වොකලට් විස්තරාත්මකව දක්වන පදයක් වන මීහිර/රසවත් යන පදය එක් සමාගමකට පමණක් භාවිතයට අවසර දීමෙන්, අනිකුත් සමාගම් වලට අසාධාරණයක් වන බැවිනි. ඒ සමානව ගුණාත්මක තත්ත්වයන් දක්වන සීඝ්‍ර, විශිෂ්ඨ, උසස් හෝ නව්‍ය යන වචන ලියාපදිංචිය ප්‍රතික්ෂේප වේ. නමුත් එය විශේෂිත සලකුණක කොටසක් වශයෙන් භාවිතාවේ නම් මෙම තත්ත්වය අදාල නොවේ.
- **ව්‍යාජ වෙළඳ ලකුණු:** ඇතැම් වෙළඳ ලාංඡන විසින් යම් භාණ්ඩයක ස්වභාවය ගුණාත්මක තත්ත්වය, තුරන්විය ප්‍රභවය යන කරුණු ඔස්සේ පාරිභෝගිකයා නොමඟ යැවීම සිදු කරයි. උදාහරණයක් ලෙස 'මාගරන්' අලෙවියට එළඳෙනකගේ ජායාරූපයක් යොදා ගැනීමෙන් කිරි ආශ්‍රිත නිෂ්පාදන වෙත කැමැත්තක් දක්වන පාරිභෝගිකයා රැවටීමකට ලක් කරන බැවින් එම වෙළඳ ලාංඡනය ප්‍රතික්ෂේප වේ.

- මහජන නීතිය හා සදාචාරයට පටහැනි ලාංඡන: පොදුවේ සමාජය පිළිගත් ධර්මතාවන්, ඇගයීම්, සහ ආගමික පිළිගැනීම්වලට පටහැනි වචන හෝ රූප සටහන් වෙළඳ ලාංඡන ලෙස ලියාපදිංචිය සිදු නොකරයි.
- WIPO හි අන්තර්ජාතික කාර්යාංශයට දක්වා ඇති විවිධ ධජ, යුද්ධමය ලකුණු, රාජකාරී මුද්‍රාවන්, රාජ්‍ය හෝ අන්තර්ජාතික සංවිධානවල ලාංඡනයක් ලියාපදිංචි කිරීමෙන් ඉවත් කෙරේ.

පෙර අවස්ථාවකදී කරන ලද, ලියාපදිංචි කරන ලද වෙළඳ ලාංඡනයක නිම්කාරිත්වය ආරක්ෂා කර දීම සඳහාද අයදුම්පත්‍ර ප්‍රතික්ෂේප කරයි, යම් සමාන තත්ත්වයේ භාණ්ඩයකට එක් සමාන හෝ බෙහෙවින් සමානතා ඇති වෙළඳ ලාංඡනයක් භාවිතා වන විට පාරිභෝගිකයා අසීරුතාවයට පත්වේ, ඇතැම් වෙළඳ ලාංඡන කාර්යාල විසින් ලියාපදිංචියට පෙර දැනට පවතින වෙළඳ ලාංඡන සමඟ ප්‍රශ්නාකාරී තත්ත්වයක් ඇති වේද එසේ තැත්නම් මේවන විට ලියාපදිංචි නොවූ නමුත් ප්‍රසිද්ධ වෙළඳ ලාංඡන සමඟ ප්‍රශ්නාකාරී තත්ත්වයන් උද්ගත වේද යන්න සොයා බලයි, නමුත් මෙවැනි සොයා බැලීම් බොහෝ විට සිදුවන්නේ යම් පාර්ශවයක් විසින් නව ලියාපදිංචි කිරීමක් පිළිබඳ අභියෝග කිරීමෙන් පසුවයි, කෙසේ වුවත් දැනට පවතින වෙළඳ ලාංඡනයක් වැනිම හෝ බොහෝ සමානතා ඇති වෙළඳ ලාංඡනයක් ලියාපදිංචියෙන් ඉවත් කිරීම හෝ තාවකාලිකව නවතා දැමීම සිදුකරයි.

එබැවින් දැනට භාවිතයේ ඇති වෙළඳ ලාංඡනයක් හා සමාන වෙළඳ ලාංඡනයක් තෝරා ගැනීමෙන් වැලකී සිටීම වඩාත් යෝග්‍යයවේ.

**වෙළඳ ලාංඡනයක් තෝරා ගැනීමේදී හෝ නිර්මාණය කිරීමේදී වැදගත්වන සාධක මොනවාද?**

වෙළඳ ලාංඡනය වැදගත් අංගයක් වන බැවින් වෙළඳ ලාංඡනයක් තෝරා ගැනීම හෝ නිර්මාණය ඉතාම වැදගත් පියවරකි. කෙසේ වුවත් වෙළඳ ලාංඡනයක් තෝරා ගැනීම හා නිර්මාණය ස්ථිරසාරවූ නියමයන් නොමැති නමුත් පහත දැක්වෙන කරුණු පහ ඔබට ප්‍රයෝජනවත්වේ.

- වෙළඳ ලාංඡනයක් තෝරා ගැනීමට භාජනය කරුණු ලබන අංග පහකින් යුතු පිරික්සුම් ලැයිස්තුව**
- ලියාපදිංචිය සඳහා අවශ්‍ය කරන සියලුම **නීතිමය තත්ත්වයන්** වෙළඳ ලාංඡනය විසින් සපුරා ඇතිද යන්න සොයා බලන්න. (ලියාපදිංචි අයදුම්පත් ප්‍රතික්ෂේප වීමට සාධක - පිටු අංක 07 බලන්න)
  - වෙළඳ ලාංඡන පිරික්සීම: මෙමගින් තම ලාංඡනය **දැනට පවතින වෙළඳ ලාංඡනයකට** සමාන හෝ ව්‍යාජ ආකාරයකට සමාන බවක් පෙන්වනවාද යන්න අවබෝධ කර ගත හැකිය. (පිටු අංක 11 බලන්න.)
  - වෙළඳ ලාංඡනය **පහසුවෙන් කියවීමට, ලිවීමට, අක්ෂර වින්‍යාසයකට අනුකූලවීමට හා මතකයේ තබා ගැනීමට** පහසු විය යුතු අතර විය ඕනෑම ප්‍රචාරණ මාධ්‍යයකට යෝග්‍ය විය යුතුයි.
  - ඔබගේ භාෂාව තුලදී හෝ වෙනත් අපනයනය ඉලක්ක කරගත් වෙළඳ පල තුලදී ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡනයට සම්බන්ධ වෙනත් **අප්‍රසන්න අරුත් ගැන්වීම්** නොමැති බව ස්ථිර කර ගන්න.
  - අදාල **බොමේන් නාමය** ලියාපදිංචිය සඳහා ඉල්ලුම් කර ඇතිද යන්න සොයා බැලීම වැදගත් වේ. (වෙළඳ ලාංඡනය හා බොමේන් නේම් අතර සම්බන්ධය ගැන අවබෝධ කර ගැනීමට පිටු අංක 19 බලන්න.)

ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡනය සඳහා වචනයක් හෝ වචන කිහිපයක් යොදා ගැනීමට අදහස් කරයි නම් එම වචන සම්බන්ධව සැලකිලිමත් වන්න.

- **ප්‍රබන්ධ හෝ මන:කල්පිත වචන:** මෙම වචන නිර්මාණාත්මක වචන වන අතර ඒ සඳහා සත්‍යය හෝ නිසර්ග අර්ථයක් නැත. ප්‍රබන්ධ වචන වලට වියටම ආවේණික වූ විශේෂ ලක්ෂණයන් ඇති බැවින් එම වචන සහිත වෙළඳ ලාංඡන ආරක්ෂා කිරීමට වඩාත් පහසුවකි. නමුත් එහි ඇති අවාසිදායක තත්ත්වය වන්නේ එම නම මතක තබා ගැනීමට පාරිභෝගිකයාට අපහසු වන අතර භාණ්ඩය ගැන ප්‍රචාරණ කිරීමට වැඩි උත්සාහයක් ගැනීමට සිදුවීමයි.

**උදාහරණ:**

කොඩැක් යනු ඊස්ට්මන් කොඩැක් සමාගමේ ලියාපදිංචි ලාංඡනයයි.



අනුග්‍රහය: ඊස්ට්මන් කොඩැක් සමාගම

- **සහසම්බන්ධයක් නොමැති ලාංඡන:** ඇතැම් වචන හා විය ප්‍රචාරණය කරන භාණ්ඩය අතර කිසිදු අර්ථානුකූල සම්බන්ධයක් නොමැති අවස්ථා පවතී. මෙම ලාංඡන ආරක්ෂා කර ගැනීමට පහසු වුවත් පාරිභෝගික මනසේ ලාංඡනය හා ප්‍රචාරය කරන භාණ්ඩය අතර සම්බන්ධයක් ගොඩ නැගීමට ඉතා පුළුල් වශයෙන් දැන්වීම් මාධ්‍ය යොදාගැනීම අවශ්‍යය වේ.

**උදාහරණ:** ජංගම දුරකථන අලෙවිය සඳහා 'අලියා' යන වෙළඳ ලාංඡනය යොදා ගැනීම.

- **යමක් අභවන ලකුණ:** මෙමගින් භාණ්ඩයක් සතු එක් හෝ අංග කිහිපයක් පිළිබඳ සංඥාවක් ලබා දෙයි. මෙහිදී මෙම ලාංඡන භාණ්ඩ ප්‍රචාරණයේ අංගයක් ලෙස යොදා ගැනේ. මෙහිදී ඇති සුළු අවාසිදායක තත්ත්වයක් වන්නේ ඇතැම් රටවලදී, මෙම ලාංඡන භාණ්ඩයේ තත්ත්වය පමණට වඩා විස්තර කරන ලාංඡන ලෙස සැලකීමයි.

**උදාහරණ:** විදුලි උදුක් අලෙවිය සඳහා ඕනහඬි යන වෙළඳ ලාංඡනය යොදා ගත් විට එම නිෂ්පාදනයේ උණුසුම ව්‍යාප්ත කිරීම හා නිවස උණුසුම් කරන බවට සංඥාවක් ලබාදෙයි. කෙසේ වුවත් ඇතැම් විට භාණ්ඩය පිළිබඳ පමණට වඩා විස්තරාත්මක බවක් සංඥා කරන වෙළඳ ලාංඡන ලියාපදිංචිය ප්‍රතික්ෂේප කිරීමේ අවස්ථාද ඇත.

දැනට භාවිතා වන වෙළඳ ලාංඡනයක් නොසැලකිලිමත් ලෙස ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡනය ලෙස තෝරා ගැනීමෙන් වැලැකීම වඩාත් සුදුසුවේ. ඔබගේ තරඟකරුවාගේ වෙළඳ ලාංඡනය සුළු වශයෙන් වෙනස් කිරීමෙන් හෝ වැරැදි ලෙස උච්චාරණය කිරීම අනුව විය ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡනය ලෙස යොදා ගැනීමට කරන ලියාපදිංචි ඉල්ලීම ප්‍රතික්ෂේප වීම සිදුවේ.

**උදාහරණ:** 'EASY WEAR' යනු නව යොවුන් පාරිභෝගිකයාගේ ඇඳුම් සඳහා ලියාපදිංචි කරන ලද වෙළඳ ලාංඡනයකි. එහිදී 'EEZYWARE' ලෙස යොදා ගැනීමෙන් එම භාණ්ඩයට අලෙවිය සඳහා, වෙළඳ ලාංඡනය ලියාපදිංචියට කරන ඉල්ලීම ප්‍රතික්ෂේප වේ.

### වෙළඳ ලාංඡනයක් ලියාපදිංචි කිරීමේ පියවර

#### අයදුම්කරු

මෙහි පළමු පියවර ලෙස සම්පූර්ණ කරන ලද වෙළඳ ලාංඡන අයදුම්පත අදාල කාර්යාලයට ගෙනවිත් ධාර දීම හෝ යැවීම කල යුතුවේ. එම අයදුම්පතට ඔබගේ සමාගමේ ලිපිනය හා අතිකුත් සම්බන්ධීකරණ විස්තර, ලාංඡනයේ ගුරුකි සටහනක් (ඇතැම් විට විශේෂිත සටහනක් අවශ්‍යයවේ) වෙළඳ ලාංඡන ලියාපදිංචිය අවශ්‍ය කරන තාණ්ඩ හෝ සේවා වලිඛිත විස්තරයක් ඇතුළත් වේ. එසේම අයදුම්පත සමඟ අදාල ගාස්තුව ගෙවීමද සිදුකල යුතුවේ.

ඇමරිකා එක්සත් ජනපදය හා කැනඩාව යන රටවල වෙළඳ ලාංඡන කාර්යාල වලින් එම ලාංඡනය ඔබ විසින් භාවිතා කරන බවට සාක්ෂි හෝ ප්‍රකාශයක් ඉල්ලා සිටීමද සදුවේ. එසේම වෙළඳ ලාංඡන කාර්යාල වලින් අයදුම්පත ධාරදීමේ සිට ලියාපදිංචිය දක්වා වන ක්‍රියාවලිය පිළිබඳ පැහැදිලි අවබෝධයක් ඔබට ලබා දීමද සිදුවේ.

#### වෙළඳ ලාංඡන කාර්යාල

රටකින් රටකට වෙළඳ ලාංඡන ලියාපදිංචි කිරීමේ ක්‍රියාවලිය වෙනස් වුවද පොදු වේ එම පියවර සමානතා ඇත.

**විධිමත් පරීක්ෂණය:** අයදුම්පත පරිපාලන අවශ්‍යතා හා විධිමත් කරුණු සම්පූර්ණ කර ඇතිද යන්න සොයා බැලීම සිදුවේ. (උදාහරණ ලෙස අයදුම්පත් ගාස්තු ගෙවා ඇතිද සහ අයදුම්පත නියම ලෙස සම්පූර්ණ කර ඇතිද යනුවෙනි.)

**ස්වාධීන පරීක්ෂණය:** ඇතැම් රටවල වෙළඳ ලාංඡන කාර්යාල විසින් ධාරදුන් අයදුම්පත ස්වාධීන අවශ්‍යතා සපුරා ඇතිද යන්න සොයා බැලීම සිදුකරයි. (උදාහරණ ලෙස වෙළඳ ලාංඡනය ලියාපදිංචි කිරීමේ නීතියෙන් පරිහානි රූපිකව එසේ නැතිනම් දැනට භාවිත වෙළඳ ලාංඡනයක් සමඟ ගැටළුකාරීව පවතිද යනුවෙනි.)

**ප්‍රකාශණය හා ප්‍රතිපක්ෂය:** බොහෝ රටවල වෙළඳ ලාංඡන යම් කිසි කාලයක් තුලදී මහජනතාව වෙත ප්‍රකාශයට පත් කරයි. එහි අරමුණ වන්නේ අදාල ලාංඡනය ලියාපදිංචි කිරීමට වෙනත් පාර්ශවයක විරෝධයක් ඇතිද යන්න සොයා බැලීමයි, අනිකුත් රටවල ලියාපදිංචි අවලංගු කරන ලෙස දක්වන පෙත්සම් සඳහා ප්‍රමාණවත් කාලයක් ලබා දීම සහිතව අදාල වෙළඳ ලාංඡනය ලියාපදිංචි කිරීමෙන් පසුව එය ප්‍රකාශයට පත් කරයි.

**ලියාපදිංචිය:** ලියාපදිංචිය ප්‍රතික්ෂේප කිරීමට පසුබිමක් නොමැති බව තහවුරු කර ගැනීමෙන් පසුව වෙළඳ ලාංඡනය ලියාපදිංචි කරයි. ඉන් අනතුරුව වසර 10ක කාලයකට අනුමත ලියාපදිංචි සහතිකය පිරිනමනු ලැබේ.

**ලියාපදිංචිය නැවත අලුත් කිරීම:** අදාල අලුත් කිරීමේ ගෙවීමෙන් වෙළඳ ලාංඡනය අලුත්වීමක් සිදුවේ. නමුත් ඇතැම් අවස්ථාවලදී අදාල වෙළඳ ලාංඡන නීතිය අනුව නියමිත කාලය තුලදී අදාල තාණ්ඩ හෝ සේවා සඳහා අදාල වෙළඳ ලාංඡනය භාවිත කර නොමැති විටදී එහි වෙළඳ ලාංඡනයේ ලියාපදිංචිය අවලංගු වේ.

**වෙළඳ ලාංඡනයක් ලියාපදිංචියට කොපමණ කාලයක් ගත වේද?**

වෙළඳ ලාංඡනයක් ලියාපදිංචිය සඳහා ගතවන කාලය රටකින් රටකට වෙනස්වේ. එය මාස 3ක සිට වසර 2ක කාලයක් වේ. වෙළඳ ලාංඡන කාර්යාලය විසින් පවත්වන ස්වාධීන පරීක්ෂණ මත එම කාලය තීරණය වේ. එසේම වෙළඳ ලාංඡනයක් ලියාපදිංචි කිරීම ප්‍රථමයෙන්ම සිදුකල යුතු අතර එමගින් ඔබගේ භාණ්ඩයේ ලාංඡනයට වෙළඳ ප්‍රචාරණ හා අලෙවිකරන අවස්ථා වලදී අවශ්‍ය කරන සුරක්ෂිත බව තහවුරුවේ.

**වෙළඳ ලාංඡන නිර්මාණය, ආරක්ෂා කිරීම හා භාවිතය සම්බන්ධ වියදුම් මොනවාද?**

මෙහිදී වෙළඳ ලාංඡන නිර්මාණයේදී හා ලියාපදිංචි කිරීමේදී අදාල වියදුම් පිළිබඳ පැහැදිලි අවබෝධයක් තිබීම වැදගත්වේ.

- වෙළඳ ලාංඡනය සඳහා ලකුණක් නැතිනම් වචනයක් නිර්මාණය කිරීම සම්බන්ධව වියදුමක් ඇත. බොහෝ සමාගම් විසින් මෙම කාර්යය ඒ සම්බන්ධ වෙනත් විශේෂඥ ආයතනයක් ලවා සිදුකර ගනියි.
- වෙළඳ ලාංඡන පිරික්සුවක් කර ගැනීමට සම්බන්ධ වියදුම (පහත කරුණු බලන්න.)
- ලාංඡනය ලියාපදිංචි කිරීමේ ක්‍රියාවලියට සම්බන්ධ වියදුම්, මෙය රටවල් ප්‍රමාණය අනුව සහ භාණ්ඩ වර්ග අනුව (වෙළඳ භාණ්ඩ වර්ග පිටු අංක 12 බලන්න) තීරණය වේ. ඔබගේ රටකුලදී ලියාපදිංචි සඳහා වන ගාස්තු හා නියම පිළිබඳ සවිස්තරාත්මක විස්තරයක් ජාතික වෙළඳ ලාංඡන කාර්යාලය විසින් ලබා දෙනු ඇත.

- වෙළඳ ලාංඡන සම්බන්ධ වෘත්තීමය විශේෂඥවරයෙකුගේ සහය ලබා ගැනීම අමතර වියදුමක් වුවත් ලියාපදිංචි ක්‍රියාවලිය තුල ඇති කාලය හා ඒ සඳහා කල යුතු කැප කිරීම අවම කිරීමට මෙය හේතුවේ.

**ඔබ තෝරා ගන්නා ලද වෙළඳ ලාංඡනය වෙනත් ලියාපදිංචි කල වෙළඳ ලාංඡනයක් සමඟ ගැටළුකාරී තත්ත්වයක් ඇති බව හඳුනා ගන්නේ කෙසේද? වෙළඳ ලාංඡන පිරික්සුම යනු කුමක්ද?**

වෙළඳ ලාංඡනයක් ලියාපදිංචියට භාරදීමට පෙර ඔබ විසින් සුදුසු වෙළඳ ලාංඡන පරීක්ෂණයක් සිදුකර තිබීම වැදගත් වේ. යම් භාණ්ඩයකට හෝ ඒ හා සමාන භාණ්ඩයකට ඔබ තෝරා ගන්නා ලද වෙළඳ ලාංඡනය වෙනත් සමාගමක් විසින් මේ වන විටත් ලියාපදිංචිකර ඇතිද යන්න සොයා ගැනීමට වෙළඳ ලාංඡන පිරික්සුම උදව් වේ.

වෙළඳ ලාංඡන පිරික්සුම, ඔබටම හෝ වෙනත් වෙළඳ ලාංඡන නියෝජිතවරයකු ලවා කිරීමට හැකියාව ඇත. එසේ නැතිනම් ඔබගේ දේශීය වෙළඳ ලාංඡන කාර්යාලය හරහා මෙම පරීක්ෂණය කර ගැනීමට හැකියි. මෙය මුදලක් ගෙවීමෙන් හෝ නොමිලේ කර ගත හැකියි. එසේ නැතිනම් වාණිජමය වශයෙන් ක්‍රියාත්මක වෙළඳ ලාංඡන දත්ත ගබඩා හරහාද මෙම කාර්යය කර ගැනීමට හැකියාව ඇත. මෙය කුමන ආකාරයට සිදුකලද මෙම පරීක්ෂණ ප්‍රාථමික මට්ටමේ ඇති බවත් විබැවින් අත්දැකීම් බහුල වෙළඳ ලාංඡන ඒජන්තවරයකුගේ සහය ලබා ගැනීම වඩාත් ප්‍රයෝගික මෙන්ම යෝග්‍යද වේ.

වෙළඳ ලාංඡන ඒජන්තවරයෙකුගේ සහය ලබා ගැනීමට ප්‍රථමයෙන්ම, දේශීය වෙළඳ ලාංඡන කාර්යාල (වාණිජ අරමුණින් යුතු දත්ත ගබඩා තොරතුරු සපයන සමාගම සතුව නොමිලේ ලබාගත හැකි වෙළඳ ලාංඡන දත්ත ගබඩා) ඇතිද යන්න සොයා බැලීම වැදගත්වේ. එමගින් ඔබට ප්‍රාථමික වෙළඳ ලාංඡන පිරික්සුමක් කිරීමට

අවස්ථාව ලැබේ. WIPO හි [www.arbiter.wipo.int/trademark/](http://www.arbiter.wipo.int/trademark/)

මෙම ක්‍රමය ඇමුණුම් III දක්වා ඇත. එසේම [www.wipo.int/classifications/en/nice/about/](http://www.wipo.int/classifications/en/nice/about/) වෙබ් අඩවියද බලන්න.

**වර්ගීකරණ ක්‍රමය:**

බොහෝ රටවලදී, ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡන ලියාපදිංචි කිරීමේ අයදුම්පත්‍රය අදාල කාර්යාලයට ඩාර දීමෙන් පසු ඔවුන් එය ඔබ ඉල්ලුම් කරන ලද භාණ්ඩ/සේවා වර්ගීකරණයට ලක් කරයි. එය කරන්නේ 'පන්ති' අනුවයි. මෙය අදාල වන්නේ 'වෙළඳ ලාංඡන වර්ගීකරණ' ක්‍රමයටයි. භාණ්ඩ හා සේවා අනුව යම්කිසි ක්‍රමානුකූල ක්‍රමයකට වෙළඳ ලාංඡන පිළිබඳ වර්ගීකරණය සිදුකර ඇත. මේ ඔස්සේ පහසුවෙන් තොරතුරු ලබා ගැනීමට හැකියි. ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡනය සියළුම පන්ති වල ලියාපදිංචි කිරීම අපහසු කරුණකි.

භාණ්ඩ හා සේවාවන් හඳුනා ගැනීමේ පහසුව ලැබේ. (ඇමුණුම් III - අන්තර්ජාතික වර්ගීකරණ ක්‍රම බලන්න). ඒ අනුව ඔබට වෙළඳ නාම වර්ගීකරණ 45 හඳුනා ගැනීමේ පහසුව ලැබෙයි.

**උදාහරණ:**

භාණ්ඩයක් වර්ගීකරණය කරන්නේ කෙසේද? අපි උදාහරණයක් ගෙන බලමු. ඔබගේ සමාගම හැඳි හා ගැරැප්පු නිපදවන්නේ යයි සිතමු. එවිට ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡන අයදුම්පත අදාල භාණ්ඩ ඇතුලත් පන්ති අංක 08 අනුව සැකසිය යුතුවේ.

'අන්තර්ජාතික වෙළඳ ලාංඡන වර්ගීකරණ ක්‍රමය' ලොව වැඩියෙන්ම භාවිතා වන ක්‍රමය (මෙය Nice වර්ගීකරණ ක්‍රමය යනුවෙන් හැඳින්වේ. මේ යටතේ භාණ්ඩ සඳහා පන්ති 34ක් හා සේවා සඳහා පන්ති 11ක් පවතී.) Nice වර්ගීකරණ ක්‍රමය යටතේ වෙළඳ ලාංඡන විවිධ පන්ති වලට වර්ගීකරණය කර ඇති අතර, එය භාණ්ඩ හා සේවා පදනම්ව සිදුකර ඇත. (අන්තර්ජාතික වර්ගීකරණ ක්‍රමය ඇමුණුම් III බලන්න.) මේ සඳහා ඔබ විවිධ වෙළඳ ලාංඡන පන්ති 45කින් යුතු වර්ගීකරණ ක්‍රමය හැඳුරීම වඩාත් සුදුසුවේ.

එසේම ඔබ එම වෙළඳ ලාංඡනය සහිතව වෙනත් මුළුතැන්ගේයි උපකරණ නිෂ්පාදනය කරනවානම් (කෑම පිසින බඳුන්) එම භාණ්ඩ වලට අදාල පන්ති අංක 21 යටතේ වෙළඳ ලාංඡන ලියාපදිංචි කල යුතු වේ. ඇතැම් රටවල විවිධ වර්ගයේ නිෂ්පාදන සඳහා එක් අයදුම්පතකට වඩා වැඩි ප්‍රමාණයක අයදුම්පත් ඩාරදිය යුතු වුවත් ඇතැම් රටවල අයදුම්පත විසින් භාණ්ඩ වර්ග කිහිපයකට ආවරණය ලබා දෙයි.

භාණ්ඩ හා සේවාවන් අනුව වෙළඳ නාම වර්ගීකරණය කර ඇත. එම වර්ගීකරණය හරහා



**වෙළඳ ලාංඡනය අයදුම්පතක් ඩාර දීමට ලාංඡන නියෝජිතයෙකුගේ සහය අවශ්‍යය වේද?**

සාමාන්‍යයෙන් බොහෝ රටවල වෙළඳ ලාංඡන අයදුම්පතක් ඩාර දීම සඳහා වෙළඳ ලාංඡන නියෝජිතයෙකුගේ සහය අවශ්‍යය නොවේ. එය ඔබටම ඩාර දීමට හැකියි. කෙසේ වුවත් අත්දැකීම් බහුල එනම් වෙළඳ ලාංඡන පිරික්සුම් පිළිබඳ හැකියාව ඇත, සහ වෙළඳ ලාංඡන ලියාපදිංචි ක්‍රියාවලිය ගැන අවබෝධයක් ඇති නියෝජිතයෙකුගේ සහය ලබා ගැනීමෙන්, ඔබට ලියාපදිංචි කිරීමට වැයවන කාලය ඉතිරි කර ගැනීමටත්, අදාල නියමිත වෙළඳ ලාංඡන පත්ති තුල ලියාපදිංචි වීමටත්, අයදුම්පත ප්‍රතික්ෂේප වීමට බලපාන කරුණු අවම කර ගැනීමටත් හැකියාව ලැබේ. එසේම ඔබට විදේශ රටක වෙළඳ ලාංඡනයක් ලියාපදිංචි කිරීමට අවශ්‍යය නම් එම රට තුල සිටින විදේශීය වෙළඳ ලාංඡන නියෝජිතවරයෙක්ගේ සහය ලබා ගැනීම වඩාත් යෝග්‍යය වේ.

අදාල බුද්ධිමය දේපල කාර්යාලය මේ සම්බන්ධව ඔබට අවශ්‍යය උපදෙස් ලබා දෙන අතර (ඇමුණුම් අංක ෧෧ බලන්න) ඔබට වෙළඳ ලාංඡන නියෝජිතවරයෙක්ගේ සහය අවශ්‍යය නම් අනුමැතිය ලැබූ වෙළඳ ලාංඡන නියෝජිතයන්ගේ නාමාවලිය ඔබට ලබා ගත හැකියි.

**ලියාපදිංචි කරන ලද වෙළඳ ලාංඡනයක් සඳහා කොපමණ කාලයකට ආරක්ෂාව ලැබේද?**

වෙළඳ ලාංඡනයකට ලැබෙන ආරක්ෂාව යන්නට නියමිත හැඳින්වීමක් නැත. කෙසේ වුවත් බොහෝ රටවල ලියාපදිංචි කල වෙළඳ ලාංඡනයකට වසර 10ක ආරක්ෂාවක් ලැබේ. අදාල ලියාපදිංචිය අලුත් කිරීමේ ගාස්තු ගෙවීමෙන් පසු වෙළඳ ලාංඡනය

ලියාපදිංචිය අලුත්වේ. (මෙය සාමාන්‍යයෙන් වසර 10කට පසුව සිදුවේ.) ඔබගේ ව්‍යාපාරික උනන්දුව ඇති සියළුම රටවල, අදාල වෙළඳ ලාංඡන නැවත අලුත් කිරීමේ වගකීම් ඔබගේ ආයතනයේ සිටින එක් නිලධාරීවරයෙකුට පැවරීම සුදුසු වේ.

**වෙළඳ ලාංඡන නිර්මාණය කිරීම වෙනත් ආයතනයකට ඩාර දීම.**

වෙළඳ ලාංඡනයක් නිර්මාණය යනු නිර්මාණාත්මක ක්‍රියාවලියකි. බොහෝමයක් රටවල වෙළඳ ලාංඡනය නිර්මාණය කල පුද්ගලයාට, එම නිර්මාණයේ හෝ එහි කලාත්මක නිර්මාණශීලීවේ ප්‍රකාශණ හිමිකම් ලැබෙයි. එනම් වෙළඳ ලාංඡනයේ නිර්මාණාත්මක අවසන් නිමවුමේ අයිතියයි. එම නිසා ප්‍රථමයෙන්ම වෙළඳ ලාංඡනයක් නිර්මාණය වෙනත් ආයතනයකට හෝ පුද්ගලයෙකුට ඩාරදෙන විට අවසන් නිර්මාණයේ අයිතිය පිළිබඳ තීරණයකට පැමිණීම වඩාත් යෝග්‍යය වේ. එනම් වෙළඳ ලාංඡනයේ අවසන් හිමිකාරීත්වය පිළිබඳ ඇති කර ගන්නා ගිවිසුමෙන් වෙළඳ ලාංඡන අයිතිය, තම සමාගමට ලබා ගැනීම සුදුසු වේ.

**ඔබ විදේශීයව කරන ලද වෙළඳ ලාංඡන ලියාපදිංචියක් සඳහා අන්තර්ජාතික මට්ටමේදී පිළිගැනීමක් ලැබේද?**

සාමාන්‍යයෙන් යම් වෙළඳ ලාංඡනයක් ලියාපදිංචි කරන ලද සීමාව තුලදී පමණක් එයට නීතිමය ආරක්ෂාව ලැබේ. එමනිසා ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡනය අනිකුත් රටවල පවා සුප්‍රසිද්ධ වුවක් හැරෙන්නට ලියාපදිංචි කරන ලද ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡනයට ආරක්ෂාව ලැබෙන්නේ ඔබගේ රට තුලදී පමණි. (සුප්‍රසිද්ධ වෙළඳ ලාංඡන පිළිබඳ වැඩි දුර තොරතුරු සඳහා පිටු අංක 16 බලන්න.)

**විදේශීය රටවලදී ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡනය සඳහා ආරක්ෂාවක් බලාපොරොත්තු වන්නේද?**

ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡනය දේශීය වශයෙන් ලියාපදිංචි කිරීමට බලපාන සාධක සියල්ලම, එය විදේශීය වශයෙන් ලියාපදිංචි කිරීමේදීද වලංගුවේ. ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡනය වෙතත් විදේශීය රටක් තුළදී භාවිතයට ඔබ බලාපොරොත්තු වේ නම් අදාල වෙළඳ ලාංඡනය විදේශීය රට තුළදී ද ලියාපදිංචි කිරීම අත්‍යවශ්‍යය වේ. අපනයන භාණ්ඩ සඳහා සුවිශේෂ 'වෙළඳ ලාංඡනයක්' තිබීමෙන් විදේශීය වෙළඳපල තුළදී පාරිභෝගිකයින්ට එම භාණ්ඩ වඩාත් පහසුවෙන් හඳුනා ගැනීමේ හැකියාව ලැබෙයි. එය විදේශීය පාරිභෝගිකයින් අතර ඔබගේ සමාගමට පිළිගැනීමක් හා එහි ප්‍රතිරූපය නංවාලීමටත් සහය වේ. තවත් අතකින් එය ඔබ සමාගමේ ලාභ ඉහල දැරීමටත් හේතු වේ.

**විදේශීය රටක් තුළදී ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡනය ලියාපදිංචි කරන්නේ කෙසේද?**

ඔබගේ රටතුළදී වෙළඳ ලාංඡනය ලියාපදිංචි කිරීමෙන් අනතුරුව එන විදේශීය රටක් තුළදී ලියාපදිංචි කල හැකි ආකාර 3ක් වේ.

**දේශීය ක්‍රමය:** මෙහිදී සෑම රටකම ඇති වෙළඳ ලාංඡන කාර්යාල වෙත ඔබගේ අයදුම්පත භාරදීම සිදුකල යුතුවේ. එහිදී අදාල භාෂාවෙන් පුරවන ලද අයදුම්පත ධාරදීම සහ අදාල ගාස්තු ගෙවීම ඉතා වැදගත් වේ. එසේම කලින් සඳහන් කල පරිදි දේශීයව සිටින වෙළඳ ලාංඡන නියෝජිතවරයෙක්ගේ සහය ලබා ගැනීම එම රට තුළදී වැදගත්වේ.

**කළාපීය ක්‍රමය:** කළාපීය වෙළඳ ලාංඡන ක්‍රමයට අතුරුත් රටවල් තුළදී ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡනයට ආරක්ෂාවක් බලාපොරොත්තු වන්නේ නම් එහිදී එම සියළුම රටවල් ආවරණය වන පරිදි ඇති කළාපීය

කාර්යාලයෙන් ලබා ගන්නා ලද අයදුම්පත පිරවීම අවශ්‍යවේ.

- අප්‍රිකානු කළාපීය කාර්මික කාර්යාලය
- බෙනෙලක්ස් වෙළඳ ලාංඡන කාර්යාලය
- යුරෝපීය සංගමයේ අභ්‍යන්තර වෙළඳපල ඒකාග්‍ර කිරීමේ කාර්යාලය
- African de la propriété Intellectuelle

**අන්තර්ජාතික ක්‍රමය:** ඔබගේ රට මැඩ්රිඩ් ක්‍රමයේ සාමාජිකයෙක් නම් එම ක්‍රමයට අදාල වෙතත් රටක් තුල ලියාපදිංචියට ඉල්ලුම්කර ඇතිනම් 'මැඩ්රිඩ් ක්‍රමය' (WIPO විසින් පාලනය කෙරේ.) වෙළඳ ලාංඡනය ලියාපදිංචියට භාවිතා කල යුතුවේ. රටවල් 70කට වැඩි ප්‍රමාණයක් මෙම ක්‍රමයට ඇතුලත්ව ඇත.

**මැඩ්රිඩ් ක්‍රමයේ ඇති වාසි**

මෙම ක්‍රමයට පක්ෂපාති සියළුම රටවලදී තම වෙළඳ ලාංඡන ලියාපදිංචිකර ගැනීමේ හැකියාව වෙළඳ ලාංඡන හිමිකරුවා ලැබෙයි. ඒ සඳහා,

- එක් අන්තර්ජාතික අයදුම්පතක්
- එක් භාෂා මාධ්‍යයක්
- එක් ගාස්තු ක්‍රමයක් හා නියමිත කාලයක් ක්‍රියාත්මක වේ.

ඉන් අනතුරුව මෙම අන්තර්ජාතික ලියාපදිංචි කිරීම එක් ක්‍රමයක් යටතේ පවත්වාගෙන යාම සහ නැවත අලුත් කිරීම සිදුවේ.

අන්තර්ජාතික වශයෙන් වෙළඳ ලාංඡන ලියාපදිංචි කිරීමේ ක්‍රියාවලිය පිළිබඳ වැඩි විස්තර ඔබගේ දේශීය වෙළඳ ලාංඡන කාර්යාලයෙන් හෝ WIPO හි වෙබ් අඩවියෙන් ලබා ගත හැකිය. වෙබ් ලිපිනය වන්නේ [www.wipo.int/madrid/](http://www.wipo.int/madrid/) යන්නයි. මැඩ්රිඩ් ක්‍රමයට අනුගත සාමාජික රටවල නාමාවලිය පිළිබඳ විස්තර සඳහා ඇමුණුම් අංක IV බලන්න.

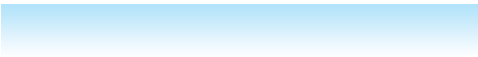
### 3. ලාංඡන වර්ග

<b>වෙළඳ ලාංඡන</b>	එක් එක් ව්‍යාපාරික ආයතන වලින් නිපදවන ඒ ඒ භාණ්ඩ වෙන්කොට ගැනීම සඳහා වෙළඳ ලකුණු / ලාංඡන භාවිතා කරයි.
<b>සේවා ලාංඡන</b>	එක් සේවා සපයන ආයතනයක් තම සේවා පිළිබඳ වෙන්කොට දැක්වීම සඳහා මෙය භාවිතා කරයි.
<b>සාමූහික ලාංඡන</b>	එක් එක් සංගමයක සාමාජිකයින් විසින් නිපදවනු ලබන හෝ සපයන ලබන භාණ්ඩ හෝ සේවා වෙන් කොට දැක්වීම සඳහා සාමූහික ලාංඡන භාවිතා කරයි.
<b>සහතික කිරීමේ ලාංඡන</b>	ප්‍රමිති තත්වයන් යටතේ භාණ්ඩ හා සේවා ප්‍රවේශය කිරීම මෙහිදී සිදුවන අතර, පිළිගත් සහතික කිරීමේ ආයතනයක් විසින් සහතික කිරීම සිදුකරයි.
<b>සුප්‍රසිද්ධ ලාංඡන</b>	වෙළඳපල තුල ඇති සුප්‍රසිද්ධ වෙළඳ ලාංඡන මෙයින් අදහස් වන අතර ඒ නිසාවට එයට ආරක්ෂාවද හිමිවේ.

#### සේවා ලාංඡන යනු මොනවාද?

**සේවා ලාංඡන** වලින් යම් ව්‍යාපාරික ආයතනයක් විසින් නිපදවන හෝ වියට අයත් භාණ්ඩයක් අහිකුත් ආයතන වලින් වෙන් කොට හඳුනා ගැනීමට උදව් වන අතර ඒ හා සමානම කටයුත්තක් 'සේවා ලාංඡන' වලින් සිදුවේ. ඕනෑම වර්ගයක සේවාවන් මෙහිදී අදහස් වේ. එනම් මූල්‍යමය බැංකු, ගමනා ගමන, වෙළඳ දැන්වීම්, ආහාර සැපයීම යනාදිය ඉන් කිහිපයකි. හිතීමය වශයෙන් ගත් විට මෙම වචන දෙකෙහි වෙනසක් නොමැත. සේවා ලාංඡන ලියාපදිංචිය, අලුත් කිරීම අත්හිටුවීම, පවරාදීම හා බලපත්‍ර හිකුත් කිරීම කල හැකිය.

#### උදාහරණ:



#### සාමූහික ලාංඡන යනු මොනවාද?

**සාමූහික ලාංඡනයක** හිමිකාරත්වය ඇත්තේ යම් වෙළඳ සංගමයකට හෝ සමුපකාර සංගමයකට වේ. එහිදී සංගමයේ එක් එක් සාමාජිකයින් ඔවුන්ගේ භාණ්ඩය වෙළඳපලට හඳුන්වා දෙන්නේ මෙම 'සාමූහික ලාංඡනය' භාවිතා කිරීමෙනි. සංගමය විසින් 'සාමූහික ලාංඡන' භාවිතයට අවසර දීම සඳහා යම් නිර්නායක කිහිපයක් පවත්වා ගැනීමට (උදා: භාණ්ඩයේ ගුණාත්මක බව) එකඟ වන්නේ නම් අවසර ලබා දෙයි. සාමූහික ලාංඡනය භාවිතාය වනම්, එක් එක් ව්‍යාපාරිකයින්ට ඔවුන්ගේ ව්‍යාපාර ලාංඡන යොදාගෙන වෙළඳපලට පිවිසීමට අපහසු අවස්ථාවලදී හා ප්‍රධාන බෙදාහරන්නන් මැනවින් කළමනාකරණය කර ගැනීමට වඩාත් ඵලදායී ක්‍රමයක් වේ.



දායකත්වය: නැෂනල් වෙස්ට්මිනිස්‍යර් බැංකුව PLC

**උදාහරණය:** මිලින්ඩා සමුහායතනයට අයත් ඉතාලියේ වේල් ඩයි නොන් සහ වේල් ඩයි සෝල් යන ප්‍රදේශවල ඇපල් නිෂ්පාදන සමුපකාර සංගම් 16ක සාමාජිකයින් 5200ක් 'මිලින්ඩා' සාමූහික ලාංඡනය භාවිතා කරනු ලැබේ.



දායකත්වය: මිලින්ඩා සමුහායතනය

**සහතිකලත් ලාංඡන යනු මොනවාද?**

සහතිකලත් ලාංඡන යම් ව්‍යාපාරයකට ලැබෙන්නේ එම ලාංඡනය මගින් අදහස් කරන ප්‍රමිති තත්ත්වයන් ඔවුන් විසින් පවත්වාගෙන යන නිසයි, එය කිසිවිටෙකත් සාමාජිකත්වය මත පදනම් වී ලබා නොදෙයි. සහතික ලත් ලාංඡන භාවිතා කිරීමට හැක්කේ වියට නියමිත ප්‍රමිති තත්ත්වයන් සපුරා ඇති නිෂ්පාදන සඳහා පමණි. බොහෝමයක් රටවල සාමූහික ලාංඡන හා සහතික ලත් ලාංඡන අතර වෙනස වන්නේ සාමූහික ලාංඡන භාවිතා කල හැක්කේ එක් විශේෂිත ව්‍යාපාරික කණ්ඩායමක සාමාජිකයින්ට පමණි, උදාහරණ ලෙස ව්‍යාපාරික සංගමයක සාමාජිකයින්. ඒ අතර ඔවුන් විසින් සහතිකලත් ලාංඡන භාවිතය සිදුකරයි. නමුත් ඒ සඳහා ඔවුන් අදාල ප්‍රමිති තත්ත්වයට අනුකූලව කටයුතු කල යුතු වේ.

භාණ්ඩයක් වශයෙන් ගත් කල එහි තත්ත්වය තහවුරු කිරීමට ඇති හැකියාව අනුව සහතික ලත් ලාංඡන ලියාපදිංචි කරයි.

**උදාහරණ:** WOOLMARK® නැමති වෙළඳ ලාංඡනය යනු චුල්මාර්ක් සමාගමේ ලියාපදිංචි වෙළඳ ලාංඡනයයි. WOOLMARK® යනු ගුණාත්මක තත්ත්වය සහතික කරන ලකුණකි. එයින් අදාල නිෂ්පාදනය, 100% අලුත් ලෝම වලින් නිපදවා ඇති බව හා චුල් මාර්ක් සමාගමේ අදාල කොන්දේසි හා තත්ත්වයන්ට අනුකූලව නිපදවා ඇති බව ගම්‍ය වේ. මෙය ලොව පුරා රටවල් 140ක ලියාපදිංචි කර ඇති අතර අදාල ප්‍රමිතීන්ට අනුකූලව කටයුතු කල හැකි රටවල් 65ක නිෂ්පාදනයට මෙම බලපත්‍ර ලබාදී ඇත.



WOOLMARK

දායකත්වය: චුල් මාර්ක් සමාගම

**සුප්‍රසිද්ධ ලාංඡන යනු මොනවාද?**

**සුප්‍රසිද්ධ ලාංඡන,** සුප්‍රසිද්ධ යන්න තීරණය කරන්නේ යම් රටක ඒ හා සම්බන්ධව ඇති වගකිවයුතු ආයතනයක් විසිනි. සාමාන්‍යයෙන් මෙයට විශේෂ ආරක්ෂාවක් ලැබේ. එනම් උදාහරණයක් ලෙස සුප්‍රසිද්ධ ලාංඡනය යම් කිසි උදාහරණයක් ලෙස සුප්‍රසිද්ධ ලාංඡනය යම්කිසි ප්‍රදේශයක් තුල ලියාපදිංචි නොවුවද (හෝ භාවිතා නොකලද) වියට ආරක්ෂාවක් ලැබිය හැකිය.

මීට අමතරව සාමාන්‍යයෙන් යම් ලකුණකට ආරක්ෂාව ලැබෙන්නේ එම ලකුණ භාවිතා කරන, එම භාණ්ඩයට හෝ ඒ හා සමාන භාණ්ඩ වලදීයි. නමුත් සුප්‍රසිද්ධ ලාංඡන වලදී යම් කොන්දේසි

සම්පූර්ණ වුවහොත් ඒ සමානම නොවන හාණ්ඩයක් විසින් ලාංඡනය භාවිතා කිරීම වලක්වාලයි. මෙම අමතර ආරක්ෂාවෙන් ප්‍රසිද්ධ හා පිළිගත් ව්‍යාපාරයන්හි වෙළඳ ලාංඡනය වෙනත් අය විසින් කුඩා ලෙස භාවිතා කිරීම වලක්වාලන අතර සහ සුප්‍රසිද්ධ සමාගම්හි කිරීතිනාමයට හානි කිරීම වලක්වාලයි.

**උදාහරණ:** WONDERCOLA යනු සිසිල් බීම අතර ප්‍රසිද්ධ වෙළඳ නාමයක් බවට මඳකට සිතාගන්න. ඒ අනුව වොන්ඩර්කෝලා සමාගමට, සුප්‍රසිද්ධ ලාංඡනයන්ට ශක්තිමත් ආවරණයක් ඇති රටවලදී හා WONDERCOLA ප්‍රසිද්ධ වෙළඳපල තුලදී ස්වයංක්‍රීයව ආරක්ෂාවක් ලැබේ. එසේම මෙම ආරක්ෂාව එයට ඝෘජුවම සම්බන්ධ නැති හාණ්ඩ හා සේවා සම්බන්ධවද වලංගුවේ. එනම් වෙනත් සමාගම් විසින් ටී-ෂර්ට් සිට අවිකණ්ණාඩි දක්වා නිෂ්පාදනයන්ට ලකුණ භාවිතයට අදහස් කරයි නම් ඔවුන්ට වොන්ඩර්කෝලා සමාගමේ අනුමැතිය ගත යුතු අතර එසේ නොමැති නම් වෙනත් පාර්ශවයක වෙළඳ ලකුණු / අයිතිය උල්ලංඝණය කිරීමේ වරදට හසුවිය හැකිය.

## 4. වෙළඳ ලාංඡන භාවිතය

### ලාංඡනයක් භාවිතා කිරීමෙන් ඔබට එය ලියාපදිංචි කල හැකිද?

වෙළඳ ලාංඡනයක් භාවිතා කිරීමට පෙර ඒ ලියාපදිංචිය සඳහා ඉල්ලුම් කිරීමට ඔබට හැකියාව ඇති නමුත්, ඇතැම් රටවලදී ලාංඡනයක් ලියාපදිංචි කිරීම සඳහා එය වෙළඳපල තුලදී භාවිතා කරන බවට සාක්ෂි අවශ්‍යවේ. උදාහරණ: ඇමරිකා එක්සත් ජනපදය එසේම බොහෝ අවස්ථාවලදී දෙන ලද කාලයක් තුලදී (සාමාන්‍යයෙන් වසර තුනක් හෝ පහක්) ලාංඡන භාවිතා නොකෙරේ නම් වෙළඳ ලකුණු ලියාපදිංචි නාමාවලියෙන් එන ඉවත් කෙරේ. මෙයින් අදහස් වන්නේ වෙළඳ ලාංඡනය සම්බන්ධ ඔබගේ අයිතිය **අහිමිවන** බවයි.

### TM or ®

®, TM, SM යන ලකුණු ඔබගේ ලාංඡකව අසලින් භාවිතා කිරීම අත්‍යවශ්‍යය දෙයක් නොවන අතර එයින් නීතිමය ආවරණයක් නොලැබේ. නමුත් මෙම ලකුණු මගින් අනිකුත් පාර්ශවයන්ට යම් පණිවිඩයක් ලබාදෙයි. එමගින් අනාගතයේ විය හැකිය. උල්ලංඝණය කිරීම් සඳහා ව්‍යාජ ලෙස ලාංඡනය භාවිතා කරන්නන්ට යම් වෙළඳ ලාංඡනයක් ලියාපදිංචි කර ඇති බව ඔවුන් ලකුණු වෙතින් එය වෙළඳ ලකුණක් බවක්, SM මගින් ඇතැම් විට සේවා ලාංඡනයක් යන්න ගම්‍යමානවේ.

**අලෙවි ප්‍රවර්ධන දැන්වීම්කරණය සඳහා වෙළඳ ලාංඡන භාවිතා කරන්නේ කෙසේද?**

ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡනය විශේෂිත මෝස්තරයකට හෝ අකුරු අනුව ලියාපදිංචිකර ඇති විටදී එම ආකාරයටම වෙළඳ ලාංඡනය භාවිතා කිරීම ඉතා වැදගත්වේ. වෙළඳ ලාංඡන භාවිතාවේදී ඒ සඳහා හාම හෝ ක්‍රියාපද භාවිතයෙන් වැලකීම වැදගත් අතර එසේ වුවහොත් පාරිභෝගිකයාට අදාල වෙළඳ ලාංඡනය වියටම ආවේණික වුවක් බව ප්‍රත්‍යක්ෂ කිරීම අපහසු වේ.

**එක් වෙළඳ ලාංඡනයක් විවිධ නිෂ්පාදන සඳහා භාවිතා කිරීමට ඔබගේ සමාගමට හැකියාවක් තිබේද?**

සමාගමක විවිධ නිෂ්පාදන සඳහා විවිධ වෙළඳ ලාංඡන භාවිතා කල හැකිය. එය අදාල සමාගමේ අලෙවි උපාය මාර්ගයන් අනුව එනම් විවිධ භාණ්ඩ සඳහා එක් වෙළඳ ලාංඡනයක් වෙළඳපලට හඳුන්වාදෙන සෑම අවස්ථාවකදීම නව භාණ්ඩයක් වෙළඳපලට හඳුන්වාදෙන සෑම අවස්ථාවකදීම නව ලාංඡනයක් හඳුන්වා දෙන්නේද යන්න තීරණය වේ. දැනට භාවිතා වෙළඳ ලාංඡනයේ ඇති වෙළඳ ප්‍රතිරූපය හා කීර්තියේ වාසිය නම භාණ්ඩය සඳහාද ලබා ගත හැකියි.

නව ලකුණක් භාවිතාව, නව වෙළඳ ලාංඡනයක් ඇති කිරීම, අදාල නව නිෂ්පාදනය සඳහාම විශේෂිත හා අදාල වුවක් විය යුතුය. වියට ඔබගේ විශේෂිත පාරිභෝගික කණ්ඩායම් ආකර්ෂණයට (උදා: කුඩා දරුවන්, තරුණ පිරිස, වෙනත්) හෝ නව නිෂ්පාදනයට විශේෂිත ප්‍රතිරූපයක් ගොඩ නැගීමට හැකියාවක් ඇත.

විවිධ උපාය මාර්ග මත පදනම්වී විවිධ ව්‍යාපාර විසින් විවිධ ක්‍රම අනුගමනය කරයි. ඔබ කුමන, ක්‍රමය තෝරාගත්තද, ඔබගේ ලාංඡනය අදාල



දායකත්වය: NUTELLA® courtesy of Ferrero S.p.A.

භාණ්ඩ හෝ සේවා සඳහා හෝ ඉදිරියේදී භාවිතා කල හැකිදේ සඳහා ලියාපදිංචි කර ඇති බව සහතික කර ගැනීම වැදගත්වේ.

**අන්තර්ජාලය තුල වෙළඳ ලාංඡන භාවිතාවේදී සැලකිලිමත් විය යුතු කරුණු?**

වෙළඳ ලාංඡන ප්‍රචාරය සඳහා අන්තර්ජාලය භාවිතා කිරීමෙන් විවිධ හිතීමය ගැටළුකාරී තත්ත්වයන් ඇතිවන අතර ඒවා පහසුවෙන් විසඳිය නොහැකි මෙන්ම ඒ සඳහා නියම විසඳුම්ද නොපවතී. එක් වැදගත් අවස්ථාවක් වන්නේ වෙළඳ ලාංඡන අයිතිය දේශසීමා සහිත වීමයි, (එනම් වෙළඳ ලාංඡනය ලියාපදිංචි කල හෝ භාවිතා කරන රට හෝ කලාපය තුලදී පමණක් ලාංඡනයට ආරක්ෂාව ලැබේ.) නමුත් අන්තර්ජාල භාවිතය ලෝක මට්ටමින් සිදුවේ. විවිධ රටවල සමාන භාණ්ඩ හා සේවා සඳහා සමාන වෙළඳ ලාංඡනයක් භාවිතා කරන විටදී එහි අයිතිය තහවුරු කිරීමට යාමේදී විවිධ හිතීමය ගැටළු පැන නැගෙනු ඇත. මෙම ක්ෂේත්‍රය තුල හිතීමය රාමුව තවමත් සකස් කරන මට්ටමක පවතින අතර ඒ සඳහා විසඳුම්ද එක් රටකින් තවත් වෙනස්වේ.



**ඩොමේන් නේම් කුමක්ද සහ එය සහ වෙළඳ ලාංඡනය අතර ඇති සම්බන්ධය කුමක්ද?**

වෙළඳ ලාංඡනයන් හා **ඩොමේන් නේම්** අතර ඉතා වැදගත් ගැටළුකාරී තත්ත්වයක් පවතී. ඩොමේන් නේම් යනු අන්තර්ජාල ලිපිනයක් වන අතර පොදුවේ වෙබ් අඩවි සොයා ගැනීමට මෙය භාවිතා කරයි.

**උදාහරණ:** WIPO වෙබ් අඩවිය සොයා ගැනීමට [wipo.int](http://wipo.int) ඩොමේන් නේම් එක [www.wipo.int](http://www.wipo.int) සඳහා භාවිතා වේ.

ඩොමේන් නේම් යන්න ඉතා ඉක්මනින් ව්‍යාපාර හඳුනාගැනීමට භාවිතයට යොදා ගැනීමට සිදුවූ අතරම වෙළඳ ලාංඡන සමඟ ගැටළුකාරී තත්ත්වයන්ද පැන නැගී ඇත. බෙහෝ රටවල නීතිය මගින් වෙනත් පාර්ශවයන් විසින් ලියාපදිංචි කරන ලද වෙළඳ නාමය, ඩොමේන් නේම් එකක් ලෙස යොදා ගැනීම අදාල වෙළඳ නාමයේ අයිතීන් උල්ලංඝනය කිරීමක් ලෙස හඳුනා ගෙන ඇත. මෙය සිදුවුවහොත් ඔබගේ ඩොමේන් නේම් එක නැවත ලබාදීම හෝ අත්හිටුවීමට පමණක් නොව ඉතා ඉහල දඩ මුදලක් ගෙවීමටද ඔබගේ ව්‍යාපාරයට වෙනත් ව්‍යාපාරකය වෙළඳ ලකුණක් නොවන බවත් එය සුප්‍රසිද්ධ වෙළඳ ලාංඡනයක් නොවන බවත් තහවුරු කර ගත යුතුවේ.

එසේම යෝජිත වෙළඳ ලාංඡනය දැනටමත් ලියාපදිංචි කර ඇති දැයි සොයා බැලීම සඳහා ජාතික හෝ කලාපීය වෙළඳ ලාංඡන කාර්යාලය ඇමතිය හැකිය. මේ සෑම කාර්යාලයක් සතුව අන්තර්ජාලය හරහා සොයා බැලීම, විමසීම් කිරීමට හැකි වෙළඳ ලාංඡන දත්ත ගබඩා ඇත. මෙවැනි දත්ත ගබඩාවන් WIPO වෙබ් අඩවිය වන [www.arbitrator.int](http://www.arbitrator.int). ඔස්සේ ලබාගත හැක.

එසේම ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡනය, වෙනත් පුද්ගලයෙකු හෝ සමාගමක් විසින් ඩොමේන් නේම් එකක් ලෙස හෝ අනවසරයෙන් භාවිතා කිරීමක් කරන විටදී ඔබගේ සමාගමේ අයිතිය තහවුරු කිරීමට පියවර ගත යුතුවේ. මෙහිදී ගත හැකි එක් විකල්පයක් වන්නේ WIPO හි සුප්‍රසිද්ධ ඩොමේන් නේම් සම්බන්ධ ගැටළු විසඳුම් සඳහා වන පරිපාලන පටිපාටියේ දක්වන [www.arbitrator.int/domains/](http://www.arbitrator.int/domains/) වෙත පිවිසීමයි. උෂ්‍යධ වෙබ් අඩවිය තුල, ආදර්ශක ඩොමේන් පැමිණිලි හා උෂ්‍යධ ඩොමේන් සිද්ධි දහස් ගනනක් දක්වා ඇත.

**ඔබගේ ලාංඡනය වෙනත් ව්‍යාපාර වෙතට බලපත්‍ර මගින් ලබාදිය හැකිද?**

වෙළඳ ලාංඡනයක් වෙනත් ව්‍යාපාර වෙත ලයිසන් මගින් ලබාදීමට හැකියාව ඇත. මෙවැනි හිමිකාරීත්වය දරණ අතර එක් හෝ ව්‍යාපාර කිහිපයකට ලාංඡනය යොදා ගැනීමට එකඟ විය හැකිය. මෙය බොහෝ විට හිමිකම් තාගය සඳහා වන ගෙවීම් සහිතව ලාංඡන හිමිකරුගේ අභිමතය පරිදි සැකසූ ලිඛිත බලපත්‍ර ගිවිසුමක් මගින් සිදුවේ. එසේම බලපත්‍ර ගිවිසුම අනුව බලපත්‍ර ගත ලාංඡනයේ ගුණාත්මක තත්ත්වය පවත්වා ගැනීම සඳහා බලපත්‍ර ලාභීන් වෙත යම් බලපෑමක් කිරීමට බලපත්‍ර අයිතිකරුට හැකියාව ඇත.

බලපත්‍ර ගිවිසුම් බෙහෝ විට දේශසීමා බලපත්‍ර ගිවිසුම් යටතේ ක්‍රියාත්මක වේ. උදාහරණ ලෙස අධිකාරී ගිවිසුම් හෝ බුද්ධිමය දේපල අයිතීන් බලපත්‍ර ගත කරන ගිවිසුම්, එනම් ජේට්ට් අයිතීන්, දෙන ලද භාණ්ඩයකට අවශ්‍යය තාක්ෂණික සහය ලබාදීම යනාදිය වේ.

**වෙළඳ අධිකාරී ගිවිසුම් හා වෙළඳ ලාංඡන අතර වන සම්බන්ධය කුමක්ද?**

අධිකාරී ගිවිසුමක වෙළඳ ලකුණු බලපත්‍ර ලබාදීම ප්‍රධානවේ. වෙළඳ ලාංඡන බලපත්‍ර ලබාදීමේ ගිවිසුමකට වඩා අධිකාරී ගිවිසුමකදී අධිකාරීත්වය ලැබූ ආයතනය වෙත යම් බලපෑමක් කිරීමට වෙළඳ ලාංඡන හිමිකාරීත්වය ලබන ව්‍යාපාරයකට මුල් ව්‍යාපාරයේ විවිධ ක්‍රම භාවිතා කිරීමට අවස්ථාව ලැබෙයි. එනම් (වෙළඳ ලකුණු භාවිතය, දැනුම පාරිභෝගික සේවාවන්, මෘදුකාංග, සාප්පු සැරසිලි) යනාදියයි.

හිමියන් සමූහයක් සහ හුවමාරුව සඳහා වන්නේ හෝ හිමිකම් අනුව මෙය සිදුවේ.

**උදාහරණ:** NANDO's® නමින් කුකුළු මස් ආහාර වර්ධෝරු ඇතුලත් අවන්හල් විශේෂයක් ඇති අතර ඔවුන් විසින් එම මස් සකස් කිරීම හා අලෙවිය සම්බන්ධව ඔවුන්ගේම ක්‍රමයක් ගොඩ නඟා ඇත. භ්ෂාධීක සාර්ථකත්වයට හේතුවූ සාධක ගනනාවක් මෙම ක්‍රමයට ඇතුලත්ය. එනම් ආහාර වර්ධෝරු, සකස් කරන ආකාරය, ගුණාත්මක බව, සේවකයින් ගේ හිල ඇදුම, ආපනශාලා කළමනාකරණය හා ගිණුම් ක්‍රම යනාදියයි.

NANDO's® තම දැනුම හා අත්දැකීම් අධිකාරී ගිවිසුම හා සම්බන්ධවූ තම සහයක ව්‍යාපාරයට ලබාදෙන අතර එය සම්බන්ධව යම් අධිෂ්ඨානයක් හා මෙහෙයවීමක් කිරීමේ අයිතිය තම තබා ගෙන ඇත.

එසේම ගිවිසුමට අනුව NANDO's® ලාංඡනය භාවිතයට අදාල ගිවිසුම හා සම්බන්ධවූ ආයතන බැඳී සිටීමද මෙහි වැදගත් අංගයකි.

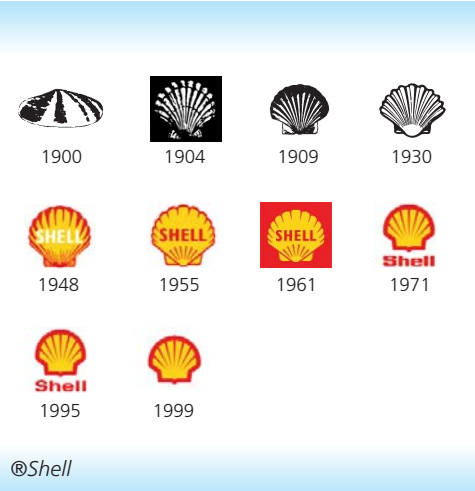


**ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡනය වෙනත් ව්‍යාපාරයකට විකිණීම හෝ ලබාදීම සම්බන්ධව බාධාවන් ඇතිද?**

යම් ව්‍යාපාරික ආයතනයකට පවරා දීම හෝ අලෙවි කිරීම ස්වාධීන ලෙස කිරීමය හැකියි. මෙවැනි අවස්ථාවලදී වෙළඳ ලාංඡන කාර්යාලයට අදාල ගිවිසුමේ පිටපතක් ලබාදීමට අවශ්‍යයවේ.

**ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡනයට කරන සුළු වෙනස්කමක් ලියාපදිංචි කිරීම අවශ්‍යයද?**

ඉතා සුප්‍රසිද්ධ වෙළඳ ලාංඡන ඇතුළුව, බොහෝ වෙළඳ ලාංඡන, නාලයක් සමඟම සුළු වශයෙන් වෙනස් වීමකට හෝ පරිණාමයට පත්ව තිබේ. එසේ වන්නේ සමාගමේ ප්‍රතිරූපය නැංවීම නවීන ක්‍රම අනුගමනය හා නව ප්‍රචාරණ මාධ්‍ය වෙත අනුවර්තනය වීම හේතුවෙනි. වෙළඳ ලාංඡන වෙනස්වීම හෝ අනුවර්තනය සිදුවුවද, මෙම නම් වෙනස්කම් නැවත ලියාපදිංචි කල යුතුද? ඒ සඳහා අයදුම්පතක් සමඟ කලයුතු ගාස්තු සම්බන්ධව වෙළඳ ලාංඡන කාර්යාලයේ හෝ පිළිගත් නියෝජිතයෙකුගේ උපදෙස් ලබා ගැනීමට ඔබ සමාගමේ වගකීම් වේ.



@Shell

**5. වෙළඳ ලාංඡන වලංගු කිරීම**

**වෙනත් පාර්ශවයක් විසින් ඔබගේ අනුමැතියෙන් තොරව ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡනය භාවිතා කරයි නම් ඒ සඳහා ඔබ ගතයුතු පියවර මොනවාද?**

වෙළඳ ලකුණ වලංගු කිරීමේ වගකීම එහි හිමිකරුට පැවරේ. එය ඔබගේ ව්‍යාපාරයේ තීරණ මත රඳා පවතී. එනම් වෙළඳ ලාංඡන අයිතිය උල්ලංඝනය කිරීම පිළිබඳ සොයා බැලීම සහ වෙළඳ ලකුණු අයිතිය බලාත්මක කිරීමට කුමන පියවර ගතයුතුද යන කරුණු යනාදිය වේ.

ඔබගේ වෙළඳ ලාංඡනය ව්‍යාජ ලෙස යොදා ගැනීමක් කල විටදී, මේ සම්බන්ධව අදාල ආයතනය වෙත ලිපියකින් දැනුම් දීම කල හැකිය. (පොදුවේ මෙම ලිපිය 'විරුද්ධත්වය ප්‍රකාශ කිරීම හා වළක්වාලීමේ ලිපිය' ලෙස හඳුන්වයි.) මෙම ලිපිය ලිවීමේදී වෙළඳ ලාංඡන නීතිඥවරයෙක්ගේ සහය ලබා ගැනීම යෝග්‍යයවේ.

ඔබගේ ව්‍යාපාර වෙළඳ ලාංඡනය උල්ලංඝනය කිරීම ගැන උනන්දුවන විටදී සහ උල්ලංඝනය සිදුකරන ස්ථානය පිළිබඳ අවබෝධයක් ඇති විටදී ඔබට වෙළඳ නීතිඥයෙකුගේ සහය ඇතිව (නියමිත උසාවියකින් හෝ පොලිසියකින්) අදාල ස්ථානයට හෝ පුද්ගලයාට කලින් දැනුම් දීමකින් තොරව එම ස්ථානය පරීක්ෂා කිරීමට ආඥාවක් ලබා ගත හැකිය.

මෙහිදී අදාල නිෂ්පාදනය කරන තැනැත්තා හඳුනා ගැනීම, බෙදා හැරීම සිදුකරන මාර්ග පිළිබඳව ඔබව දැනුවත් කල යුතු බවට නීතිමය අධිකාරීන් විසින් අදාල උල්ලංඝණය කල තැනැත්තාට බල කරනු ඇත. මෙහිදී කාර්යයක්ෂම අධිකරණ නියෝගයකට අනුව අතරම් විට, ඔබගේ ඉල්ලීම පරිදි කිසිදු වන්දි ගෙවීමකින් තොරව උල්ලංඝණය කරන ලද භාණ්ඩ හෝ ද්‍රව්‍ය විනාශ කිරීමට සහ වාණිජ පටිපාටියෙන් බාහිරව ඇති ද්‍රව්‍ය විනාශ කිරීමට නියෝග කල හැකියි.

ව්‍යාප්ත වෙළඳ ලාංඡන සහිත භාණ්ඩ රටතුලට ආනයනය කිරීම වලක්වාලීමට, අන්තර්ජාතික දේශසීමා වලදී ජාතික රේගු අධිකාරීන්විය පියවර ගැනීම සිදුකරයි. රට තුලදී අදාල ව්‍යාප්ත භාණ්ඩ බෙදා හැරීමට පෙර, දේශ සීමා වලදී මේ සම්බන්ධව රේගු අධිකාරී සහය ලබා ගැනීම වෙළඳ ලාංඡන නිමිකරුගේ වගකීමයි. මෙම සහය ලබා ගැනීමට සාමාන්‍යයෙන් නියමිත ගාස්තුවක් ගෙවිය යුතුවෙයි.

සමහර සිද්ධි වලදී උල්ලංඝණය කිරීමක් සම්බන්ධව කටයුතු කිරීමේ දී බේරුම්කරණය හා මැදිහත්කරණය යොදා ගැනීම වඩාත් කාර්යයක්ෂම ක්‍රමවේදයක් වේ. සාමාන්‍යයෙන් උසාවි යාමකට වඩා බේරුම්කරණයේදී අවම විධිමත් බවත්, කෙටිකාලීන බව හා අඩු වියදම් බව වැදගත් කරනු වේ. එසේම අන්තර්ජාතික තලයේදී බේරුම්කරණය වඩා පහසුවෙන් බලාත්මක කර හැකියි. මැදිහත්කරණයේදී වාසිදායක තත්ත්වයක් වන්නේ ප්‍රශ්ණාකාරී තත්ත්වය පාලනය විසඳීමට යම් පාලනයක් කිරීමට හැකිවීමයි. එනම් ඔබගේ ව්‍යාපාරය ඉදිරි ආගතයේදී සම්බන්ධව කටයුතු කිරීමට කැමති ආයතන සමඟ වඩා යහපත් ව්‍යාපාරික සබඳතාවන් පවත්වා ගැනීමට හැකියාව ලැබීමයි. මේ සම්බන්ධව වැඩි විස්තර WIPO හි බේරුම්කරණ හා මැදිහත් කරන අංශ [www.arbitrator.wipo.int](http://www.arbitrator.wipo.int) වෙත පිවිසීමෙන් ලබා ගත හැකියි.

## ඇමුණුම් අංක 1 - ප්‍රයෝජනවත් වෙබ් අඩවි

වැඩි විස්තර සඳහා පහත සඳහන් වෙබ් අඩවි වලින් ලබා ගන්න:

- ව්‍යාපාරයන්ට අනුව බුද්ධිමය දේපල ගැටළු  
[www.wipo.int/sme](http://www.wipo.int/sme)
- වෙළඳ ලාංඡන  
[www.wipo.int/about-ip](http://www.wipo.int/about-ip)  
[www.inta.org](http://www.inta.org) (ජාත්‍යන්තර වෙළඳ ලාංඡන සංගමය)
- වෙළඳ ලාංඡන ලියාපදිංචියේදී ප්‍රායෝගික තත්ත්වයන් ඇමුණුම් අංක 11 හෝ  
[www.wipo.int/directroy/en/urls.jsp](http://www.wipo.int/directroy/en/urls.jsp)
- ජාත්‍යන්තර වශයෙන් වෙළඳ ලාංඡන ලියාපදිංචිය සඳහා (Madrid) මැඩ්රිඩ් ක්‍රමය  
[www.wipo.int/madrid](http://www.wipo.int/madrid)
- (NICE) නයිස් ශිව්සුම යටතේ වෙළඳ ලාංඡන ලියාපදිංචි සඳහා වන අන්තර්ජාතික භාණ්ඩ හා සේවා වර්ගීකරණය  
[www.wipo.int/classifications](http://www.wipo.int/classifications) (NICE ශිව්සුම යටතේ)
- (VIENNA) වියානා ශිව්සුම යටතේ, වෙළඳ ලාංඡනයන්හි රූපික අංශ පිළිබඳ අන්තර්ජාතික වර්ගීකරණය  
[www.wipo.int/classifications](http://www.wipo.int/classifications) (VIENNA ශිව්සුම යටතේ)
- වෙළඳ ලාංඡන හා ඩොමේන් නේම් අතර ගැටළු සහ ඩොමේන් නේම් සඳහා විකල්ප ආරවුල් නිරාකරණය කිරීමේ පටිපාටීන්  
[www.Arbitec.wipo.int/domains](http://www.Arbitec.wipo.int/domains)  
[www.icann.org](http://www.icann.org)

[www.arbiter.wipo.int/trademark](http://www.arbiter.wipo.int/trademark) වෙත පිවිසීමෙන් කාර්මික දේපල කාර්යාල විසින් පවත්වා ගෙන යන වෙළඳ ලාංඡන දත්ත ගබඩා තොරතුරු ලබා ගත හැකියි.

## ඇමුණුම් අංක II - අන්තර්ජාල ලිපිනයන්

### ජාතික හා කලාපීය මුද්ධිමය දේපල කාර්යාල වලට අදාළ අන්තර්ජාල ලිපිනයන්

අප්‍රිකානු මුද්ධිමය දේපල සංවිධානය	<a href="http://www.oapi.wipo.net">www.oapi.wipo.net</a>
ඇල්ජීරියාව	<a href="http://www.inapi.org">www.inapi.org</a>
ඇල්බේනියාව	<a href="http://www.alpto.gov.al">www.alpto.gov.al</a>
ඇන්ඩෝරාව	<a href="http://www.omp.a.ad">www.omp.a.ad</a>
ආර්ජන්ටිනාව	<a href="http://www.inpi.gov.ar">www.inpi.gov.ar</a>
ආර්මේනියාව	<a href="http://www.armpatent.org">www.armpatent.org</a>
ඕස්ට්‍රේලියාව	<a href="http://www.ipaustralia.gov.au">www.ipaustralia.gov.au</a>
ඕස්ට්‍රියාව	<a href="http://www.patent.bmvit.gv.at">www.patent.bmvit.gv.at</a>
බහරේනය	<a href="http://www.gulf-patent-office.org.sa/bahrainframe.htm">www.gulf-patent-office.org.sa/bahrainframe.htm</a>
බාර්බඩෝස්	<a href="http://www.caipo.org">www.caipo.org</a>
බෙලාරූස්	<a href="http://www.belgospatent.org/english/about/history.html">www.belgospatent.org/english/about/history.html</a>
බෙල්ජියම්	<a href="http://www.mineco.fgov.be">www.mineco.fgov.be</a>
බෙලිසිය	<a href="http://www.belipo.bz">www.belipo.bz</a>
බෙනෙලක්ස්	<a href="http://www.boip.int">www.boip.int</a>
බෙනින්	<a href="http://www.oapi.wipo.net">www.oapi.wipo.net</a>
බොලිවියාව	<a href="http://www.senapi.gov.bo">www.senapi.gov.bo</a>
බොස්නියා	<a href="http://www.aripo.org">www.aripo.org</a>
බ්‍රසීලය	<a href="http://www.inpi.gov.br">www.inpi.gov.br</a>
බල්ගේරියාව	<a href="http://www.bop.bg">www.bop.bg</a>
බුරුන්ඩා	<a href="http://www.oapi.wipo.net">www.oapi.wipo.net</a>
බුරුන්ඩා	<a href="http://www.oapi.wipo.net">www.oapi.wipo.net</a>
කම්බෝජය	<a href="http://www.moc.gov.kh">www.moc.gov.kh</a>
කැමරන්	<a href="http://www.opi.wipo.net">www.opi.wipo.net</a>
කැනඩාව	<a href="http://www.opic.gc.ca">www.opic.gc.ca</a>
මධ්‍යම අප්‍රිකානු ජනරජය	<a href="http://www.oapi.wipo.net">www.oapi.wipo.net</a>
චැඩ්	<a href="http://www.oapi.wipo.net">www.oapi.wipo.net</a>
චිලී	<a href="http://www.dpi.cl">www.dpi.cl</a>
චීනය	<a href="http://www.sipo.gov.cn">www.sipo.gov.cn</a>
චීනය (හොංකොං)	<a href="http://www.ipd.gov.hk">www.ipd.gov.hk</a>
චීනය (මැකෝ)	<a href="http://www.economia.gov.mo">www.economia.gov.mo</a>
චීනය (මාර්ක්)	<a href="http://www.ipd.gov.hk">www.ipd.gov.hk</a>
කොලොම්බියාව	<a href="http://www.sic.gov.co">www.sic.gov.co</a>
කොංගෝ	<a href="http://www.oapi.wipo.net">www.oapi.wipo.net</a>

කොස්ටේරිකාව	<a href="http://www.registrocional.go.cr">www.registrocional.go.cr</a>
කොටි දූ අයිවරි	<a href="http://www.oapi.wipo.net">www.oapi.wipo.net</a>
ක්‍රොඒෂියාව	<a href="http://www.dziv.hr">www.dziv.hr</a>
කියුබාව	<a href="http://www.ocpi.cu">www.ocpi.cu</a>
සයිප්‍රසය	<a href="http://www.mcit.gov.cy/mcit/drcor/drcor.nsf">www.mcit.gov.cy/mcit/drcor/drcor.nsf</a>
චෙක් රිඩක්ලික්	<a href="http://www.upv.cz">www.upv.cz</a>
කොංගෝ ජනරජය	<a href="http://www.oapi.wipo.net">www.oapi.wipo.net</a>
ඩෙන්මාර්කය	<a href="http://www.dkpto.dk">www.dkpto.dk</a>
ඩොමිනිකන් රිපබ්ලික්	<a href="http://www.seic.gov.do/onapi">www.seic.gov.do/onapi</a>
ට්‍රින්ඒඩාඩ්	<a href="http://www.egypo.gov.eg">www.egypo.gov.eg</a>
චිල් සැල්වදෝරය	<a href="http://www.cnr.gobs.sv">www.cnr.gobs.sv</a>
එස්තෝනියාව	<a href="http://www.epa.ee">www.epa.ee</a>
යුරේෂියන් ජේට්ට් කාර්යාලය	<a href="http://www.eapo.org">www.eapo.org</a>
යුරෝපා සංගමය (අභ්‍යයන්තර වෙළඳපල ඒකාරාශ කිරීමේ කාර්යාලය - OHIM)	<a href="http://www.oami.eu.int">www.oami.eu.int</a>
ෆින්ලන්තය	<a href="http://www.prh.fi">www.prh.fi</a>
ප්‍රංශය	<a href="http://www.inpi.fr">www.inpi.fr</a>
ගැබෝන්	<a href="http://www.oapi.wipo.net">www.oapi.wipo.net</a>
ගැම්බියාව	<a href="http://www.arpo.org">www.arpo.org</a>
ජොර්ජියාව	<a href="http://www.sakpatenti.org.ge">www.sakpatenti.org.ge</a>
ජර්මනිය	<a href="http://www.dpma.de">www.dpma.de</a>
ඝානාව	<a href="http://www.aripo.org">www.aripo.org</a>
ග්‍රීසිය	<a href="http://www.obi.gr">www.obi.gr</a>
හොන්ඩුරාසය	<a href="http://www.sic.gov/hn/pintelec/indice.htm">www.sic.gov/hn/pintelec/indice.htm</a>
හංගේරියාව	<a href="http://www.mszh.hu/english/index.html">www.mszh.hu/english/index.html</a>
අයිස්ලන්තය	<a href="http://www.patent.is/foca./webguard.nsf/key2/indexeng.html">www.patent.is/foca./webguard.nsf/key2/indexeng.html</a>
ඉන්දියාව	<a href="http://www.ipindia.nic.in">www.ipindia.nic.in</a>
ඉන්දුනීසියාව	<a href="http://www.dgip.go.id">www.dgip.go.id</a>
අයර්ලන්තය	<a href="http://www.patentsoffice.ie">www.patentsoffice.ie</a>
ඊශ්‍රාලය	<a href="http://www.justice.gov.il">www.justice.gov.il</a>
ඉතාලිය	<a href="http://www.uibm.gov.it">www.uibm.gov.it</a>
ජැමෙයිකාව	<a href="http://www.jipo.gov.jm">www.jipo.gov.jm</a>
ජපානය	<a href="http://www.jpo.go.jp">www.jpo.go.jp</a>
ජෝර්දානය	<a href="http://www.mit.gov.jo">www.mit.gov.jo</a>
කසකස්තානය	<a href="http://www.kazpatent.org/english">www.kazpatent.org/english</a>
කෙන්යාව	<a href="http://www.aripo.org">www.aripo.org</a>



කුවේටය	<a href="http://www.gulf-patent-office.org.sa">www.gulf-patent-office.org.sa</a>
ලාඕ මහජන ප්‍රජාතාන්ත්‍රික ජනරජය	<a href="http://www.stea.la.wipo.net">www.stea.la.wipo.net</a>
ලැට්වියාව	<a href="http://www.lrpv.lv">www.lrpv.lv</a>
ලෙබනනය	<a href="http://www.economy.gov.lb">www.economy.gov.lb</a>
ලෙසතෝ	<a href="http://www.aripo.org">www.aripo.org</a>
ලිතියුවේටෙන්ස්ටීන්	<a href="http://www.european-pante-office.org">www.european-pante-office.org</a>
ලිතුවේනියාව	<a href="http://www.vpb.lt">www.vpb.lt</a>
ලක්ෂම්බර්ග්	<a href="http://www.etat.lu.ec">www.etat.lu.ec</a>
මාලදීප	<a href="http://www.aripo.org">www.aripo.org</a>
මැලේසියාව	<a href="http://www.mipc.gov.my">www.mipc.gov.my</a>
මාලි	<a href="http://www.oapi.wipo.net">www.oapi.wipo.net</a>
මැක්සිකෝව	<a href="http://www.impi.gob.mx">www.impi.gob.mx</a>
මොනාකෝ	<a href="http://www.european-patent-office.org/patlib/country/monaco">www.european-patent-office.org/patlib/country/monaco</a>
මොන්ට්‍රේනෝ	<a href="http://www.yupat.sv.gov.yu">www.yupat.sv.gov.yu</a>
මොරොක්කෝව	<a href="http://www.ompic.org.ma">www.ompic.org.ma</a>
මොසැම්බික්	<a href="http://www.aripo.org">www.aripo.org</a>
නැමීබියාව	<a href="http://www.aripo.org">www.aripo.org</a>
නේපාලය	<a href="http://www.ip.np.wipo.net">www.ip.np.wipo.net</a>
නෙදර්ලන්තය	<a href="http://www.octrooicentrum.nl">www.octrooicentrum.nl</a>
නවසීලන්තය	<a href="http://www.iponz.govt.nz">www.iponz.govt.nz</a>
නයිගර්	<a href="http://www.oapi.wipo.net">www.oapi.wipo.net</a>
නොවේජියාව	<a href="http://www.patentstyret.no">www.patentstyret.no</a>
ඕමානය	<a href="http://www.gulf-pante-office.org.sa">www.gulf-pante-office.org.sa</a>
පැනමාව	<a href="http://www.digerpi.gob.pa">www.digerpi.gob.pa</a>
පේරු	<a href="http://www.indecopi.gob.pe">www.indecopi.gob.pe</a>
පිලිපීනය	<a href="http://www.ipophil.gov.ph">www.ipophil.gov.ph</a>
පෝලන්තය	<a href="http://www.business.gov.pl/intellectual.property.protection.90.html">www.business.gov.pl/intellectual.property.protection.90.html</a>
පෘථිවිකාලය	<a href="http://www.inpi.pt">www.inpi.pt</a>
කටාර් රාජ්‍යය	<a href="http://www.gult-patent-office.org.sa">www.gult-patent-office.org.sa</a>
කොරියානු ජනරජය	<a href="http://www.kipo.go.kr">www.kipo.go.kr</a>
මොල්ඩෝවා ජනරජය	<a href="http://www.agepi.md">www.agepi.md</a>
රුමේනියාව	<a href="http://www.osim.ro">www.osim.ro</a>
රුසියානු ෆෙඩරේෂනය	<a href="http://www.rupto.ru">www.rupto.ru</a>
සාන්ත වින්සෙන්තු සහ ගැරන්ඩයින්ස් සවුදි අරාබිය	<a href="http://196.161.62/govt/cipo/index.asp">196.161.62/govt/cipo/index.asp</a>
	<a href="http://www.gulf-panten-office.org.sa">www.gulf-panten-office.org.sa</a>

සෞභාග්‍ය	<a href="http://www.oapi.wipo.net">www.oapi.wipo.net</a>
සර්බියාව	<a href="http://www.yupat.sv.gov.yu">www.yupat.sv.gov.yu</a>
සියරා ලියෝන්	<a href="http://www.aripo.org">www.aripo.org</a>
සිංගප්පූරුව	<a href="http://www.ipos.gov.sg">www.ipos.gov.sg</a>
ස්ලොවැක් ජනරජය	<a href="http://www.indprop.gov.sk">www.indprop.gov.sk</a>
ස්ලෝවේනියාව	<a href="http://www.sipo.si/Default.htm">www.sipo.si/Default.htm</a>
සෝමාලියාව	<a href="http://www.aripo.org">www.aripo.org</a>
දකුණු අප්‍රිකාව	<a href="http://www.cipro.gov.za">www.cipro.gov.za</a>
ස්පාඤ්ඤය	<a href="http://www.oepm.es">www.oepm.es</a>
ස්විඩනය	<a href="http://www.aripo.org">www.aripo.org</a>
ස්විසිලන්තය	<a href="http://www.aripo.org">www.aripo.org</a>
ස්විඩනය	<a href="http://www.prv.se">www.prv.se</a>
ස්විස්ටර්ලන්තය	<a href="http://www.ige.ch">www.ige.ch</a>
සිරියානු අරාබි ජනරජය	<a href="http://www.himaya.net">www.himaya.net</a>
ටෂ්කිස්තානය	<a href="http://www.tjpat.org">www.tjpat.org</a>
තායිලන්තය	<a href="http://www.ipthailand.org">www.ipthailand.org</a>
මැසිඩෝනියා ජනරජය	<a href="http://www.ippo.gov.mk">www.ippo.gov.mk</a>
ටොගෝ	<a href="http://www.oapi.wipo.net">www.oapi.wipo.net</a>
ට්‍රිනිඩාඩ් සහ ටොබැගෝ	<a href="http://www.opo.gov.tt/home.asp">www.opo.gov.tt/home.asp</a>
ටියුනීසියාව	<a href="http://www.inorpi.ind.tn">www.inorpi.ind.tn</a>
තූර්කිය	<a href="http://www.turkpatent.gov.tr">www.turkpatent.gov.tr</a>
ටර්ක්මේන්සියාව	<a href="http://www.eapo.org">www.eapo.org</a>
උගන්ඩාව	<a href="http://www.aripo.org">www.aripo.org</a>
යුක්රේනය	<a href="http://www.sdip.gov.ua">www.sdip.gov.ua</a>
එක්සත් අරාබි එමීර් රාජධානිය	<a href="http://www.gulf-patnet-office.org.sa">www.gulf-patnet-office.org.sa</a>
එක්සත් රාජධානිය	<a href="http://www.patent.gov.uk">www.patent.gov.uk</a>
ටැන්සානියානු රාජධානිය	<a href="http://www.aripo.org">www.aripo.org</a>
ඇමරිකා එක්සත් ජනරජය	<a href="http://www.uspto.gov">www.uspto.gov</a>
උරුගුවේ	<a href="http://www.dnpi.gub.uv">www.dnpi.gub.uv</a>
උස්බෙකිස්තානය	<a href="http://www.patnet.uz">www.patnet.uz</a>
වෙනිසියුලාව	<a href="http://www.sapi.gov.ve">www.sapi.gov.ve</a>
යේමනය	<a href="http://www.most.org.ye">www.most.org.ye</a>
සැම්බියාව	<a href="http://www.most.org.ye">www.most.org.ye</a>
සිම්බාබ්වේ	<a href="http://www.aripo.org">www.aripo.org</a>

**සටහන:**

පහත වෙබ් අඩවි වෙත පිවිසීමෙන් නවතම තොරතුරු ලබාගත හැකියි.  
[www.wipo.int/members/en/](http://www.wipo.int/members/en/) සහ [www.wipo.int/directory/en/urls.jsp](http://www.wipo.int/directory/en/urls.jsp)

## ඇමුණුම් අංක III - NICE වර්ගීකරණය

### NICE ගිවිසුම යටතේ වෙළඳ ලාංඡන ලියාපදිංචිය සඳහා වන අන්තර්ජාතික භාණ්ඩ හා සේවා වර්ගීකරණය

#### භාණ්ඩ

- කර්මාන්ත සඳහා භාවිත රසායන, විද්‍යා හා ජායාරූපකරණය, කෘෂිකාර්මාන්තය, උද්‍යාන හා වන, සැකසීමට බඳුන් නොවූ කෘතිම මැලියම්, පිරිසැකසුම නොකල ප්ලාස්ටික්, පොහොර, ගිනි නිවාරණ සංයුතු පද්ධති, පදම් කිරීම, පෘස්සීමට ගන්නා මිශ්‍රණ, ආහාර සුරක්ෂණයට ගන්නා රසායන ද්‍රව්‍ය, සම්පදම් කරන ද්‍රව්‍ය, කාර්මාන්ත වල භාවිතා වන ඇලවුම් ද්‍රව්‍ය.
- භීන්ත, වානිජ, ලැකර්, මලකඩ වලින් ආරක්ෂා කරන ලී දිරාපත්වීම වලක්වන, වර්ණ හා සායම්, අමු ස්වභාවික මැලියම්, පින්තාරුකරුවන්, මෝස්තර නිර්මාණකරුවන්, මුද්‍රණකරුවන් හා කලාකරුවන් යොදා ගන්නා වානේ දැඩු හා කුඩු.
- විරංජන කිරීමට හා රෙදිපිලි පිරිසුදු කිරීමට යොදා ගන්නා ද්‍රව්‍ය; පිරිසිදු කිරීම, පොලිෂ් කිරීම, මලකඩ සීරීම හා සුරා තැරීමට යොදන ද්‍රව්‍ය; සබන්, සුවඳවිලවුන්, විවිධ තෙල් වර්ග, සමෙහි ගල්වන විවිධ ද්‍රව්‍ය, හිසකෙස් වල ගල්වන තෙල් හා දියර් දන්තාලේපන.
- කාර්මික තෙල් සහ ශ්‍රීස් වර්ග, ලිනිසි තෙල්, දූවිලි නිවාරණ, තෙත් කිරීම් හා බැඳුම් කිරීමට භාවිත ද්‍රව්‍ය, ඉන්ධන, (මෝටර් රථ වලට භාවිතා කරන දේ ඇතුළුව) ආලෝකය සඳහා භාවිතා කරන; ඉටිපන්දම් හා ගිනි දැල්වීමට යොදා ගන්නා ද්‍රව්‍ය.
- ඖෂධ සහ පශු වෛද්‍ය මිශ්‍රණයන්, වෛද්‍ය කටයුතු සඳහා වන සනීපාරක්ෂක සැකසුම්, වෛද්‍ය භාවිතයට වූ ආහාර වූ ආහාර පිළිබඳ ද්‍රව්‍යයන්, ළඳරු ආහාර, ප්ලාස්ටික්, වෙලුම්පටි, දත් කුහර පිරවීමට යොදන ද්‍රව්‍ය, දත් සඳහා යොදන මැලියම්, විෂබීජ නාශක, පලිහෝධි නාශක, දිලීර නාශක.
- පොදු ලෝහ වර්ග හා මිශ්‍ර ලෝහ වර්ග, ගොඩනැගිලි සඳහා ලෝහ, ප්‍රවාහනය කල හැකි ගොඩනැගිලි සඳහා වන ලෝහ, දුම්බරය මාර්ග සඳහා ගන්නා ලෝහ, විදුලිය රහිත කේබල, පොදු ලෝහ සඳහා වන කම්බි, යකඩ බඩු, කුඩා ලෝහ භාණ්ඩ, ලෝහ පයිප්ප හා නල, වෙනත් අංශවල සඳහන් නොවන පොදු ලෝහ වලින් සැකසූ භාණ්ඩ.
- යන්ත්‍ර හා යන්ත්‍ර සඳහා ගන්නා උපකරණ, මෝටර් හා චන්පිම (ගොඩබිම භාවිත වාහන හැර), යන්ත්‍ර සම්බන්ධ කිරීම හා සම්ප්‍රේෂල උපාංග (ගොඩබිම වාහන හැර), කෘෂිකාර්මික යෙදවුම් (අතින් ක්‍රියාත්මක කරන උපකරණ හැර) බිත්තර ඉන්කියුබේටර.
- අත් ආයුධ හා යෙදවුම් (අතින් ක්‍රියාත්මක කරන) ගෞරව්‍ය, පැති ආයුධ, රේසර්.

9. විද්‍යාත්මක, භාවික, පරීක්ෂා කිරීම, ජායාරූපකරණය, සිනමා ජායාරූපකරණය, ප්‍රකාශණ, මිනුම්කරණය, සංඥා කිරීම, සුපරීක්ෂා කිරීම, ජීවිත ආරක්ෂාව, උපකරණ හා මෙවලම් ගැන දැනුවත් කිරීම, උපකරණ හා මෙවලම් භාවිතය, මාරුකිරීම පරිණාමය, රැස්කිරීම, පාලනය, විදුලිබල, විදුලිබලය; පටිගත කිරීමට භාවිත උපකරණ, ශබ්ද හෝ රූප වෙනස් කිරීම හෝ හැඩත නිෂ්පාදනය, චුම්බක දත්ත ගෙනයාම්, පටිගත කිරීමට භාවිතාකරණ තැටි, මුදල් යොදා ගැනීමේ ක්‍රියාත්මක වන යන්ත්‍ර, ඝණක යන්ත්‍ර දත්ත විශ්ලේෂණ උපකරණ හා පරිඝණක, ගිනි නිවාරණ උපකරණ.
10. ශල්‍යකර්මයට අදාල, වෛද්‍ය, දන්ත, පශු වෛද්‍ය උපකරණ, කෘතිමපාද, ඇස්හා දත්, චිකිත්සා ද්‍රව්‍ය, ශල්‍යකර්ම වලදී, (මැසීම) සඳහා ගන්නා ද්‍රව්‍ය.
11. ආලෝකය ලබාගැනීමට, උණුසුම් කිරීම, වාෂ්ප ලබා ගැනීම, ආහාර පිසීමට ශීතකිරීමට, වියළීමට, වාතය ලබාගැනීම, ජලය ලබා ගැනීම හා සනීපාරක්ෂා කටයුතු සඳහා භාවිත උපකරණ.
12. වාහන; ගොඩබිම මගින් ගමන් කිරීමට භාවිත උපකරණ, වාතය හෝ ජලය.
13. ගිනි අවි, වෙඩි බෙහෙත්, පුපුරණ ද්‍රව්‍ය, මල් වෙඩි.
14. වටිනා ලෝහ, ඒවායේ මාත්‍ර ලෝහ, වටිනා ලෝහ වලින් නිෂ්පාදිත භාණ්ඩ, ඒවා ආලේපිත, අනිකුත් අංශවල දක්වා හැකි, ආහරණ,වටිනා ගල්, වේලාව දක්වන උපකරණ.
15. සංගීත භාණ්ඩ.
16. කඩපාසි, මෙම ද්‍රව්‍ය වලින් නිෂ්පාදිත කාඩ් බෝඩ් හෝ වෙනත් භාණ්ඩ, වෙනත් අංශවල දක්වා හැකි, මුද්‍රණ අකුරු, පොත් බැඳීම් සඳහා භාවිත ද්‍රව්‍ය, ජායාරූප, ලිපිද්‍රව්‍ය, ලිපිද්‍රව්‍ය හෝ ගෘහයේ භාවිතයට ගන්නා ඇලවුම් ද්‍රව්‍ය, චිත්‍ර සඳහා භාවිත ද්‍රව්‍ය, තීන්ත ආලේපන, බුරුසු, යතුරු ලේඛණ යන්ත්‍ර, කාර්යාලයට අවශ්‍ය උපකරණ (ගෘහ භාණ්ඩ හැර) අධ්‍යාපනික කටයුතු සඳහා භාවිත උපකරණ, ඇසුරුම්කරණයට ගන්නා ප්ලාස්ටික් ද්‍රව්‍ය (වෙනත් අංශවල දක්වා හැකි), මුද්‍රණ යන්ත්‍ර වර්ග, මුද්‍රණ අවි.
17. රබර්, රබර් වැනි ද්‍රව්‍ය, මැලියම්, ඇස්බැස්ට්ස්, මයිකා හා මෙම ද්‍රව්‍ය වලින් නිෂ්පාදිත භාණ්ඩ සහ වෙනත් අංශ වල දක්වා හැක, නිෂ්පාදනයේදී යොදාගන්නා ලද ප්ලාස්ටික්, ඇසුරුම්කරණය, පිරවුම් හා වෙන්කර තබන ද්‍රව්‍ය, නල වර්ග (වානේ නොවන).
18. ලෙදර් හා කෘතිම ලෙදර්, වෙනත් අංශවල දක්වා හැකි මෙම ද්‍රව්‍ය වලින් නිෂ්පාදිත භාණ්ඩ, සත්ව සම්, සම්, අශ්වාරෝහකක ඇසුරුම් හා සැඩල උපකරණ.
19. ගොඩනැගිලි ද්‍රව්‍ය (ලෝහ නොවන), ගොඩනැගිලි සඳහා භාවිත ලෝහ නොවන නල වර්ග, පිටි සහ බිටුමන්, ලෝහ නොවන පරිවාහක ගොඩනැගිලි, ස්මාරක (ලෝහ නොවන).
20. ගෘහභාණ්ඩ, කණ්ණාඩි, පින්තූර රාමු, දැවමය භාණ්ඩ (වෙනත් අංශවල දක්වා නොමැති) වැසුම් ද්‍රව්‍ය, බට, දඬු, වේවැල්, අං, ඇට,ඇත්දල, තල්මසුන්ගේ හක්ක, සිප්පි, ඇඹිබර, සිප්පි කටු, මැටිවර්ග සහ මේ ද්‍රව්‍ය සඳහා ආදේශක, හෝ ප්ලාස්ටික්.



21. ගෘහ උපකරණ හා මුළුතැන්ගෙයේ උපකරණ හා ඇසුරුම් උපකරණ (වටිනා ලෝහ හෝ ආලේපිත නොවන) පතා, බුරුසු, (තීන්ත ආලේපනයට භාවිත බුරුසු හැර), බුරුසු නිෂ්පාදනයට ගන්නා ද්‍රව්‍ය, පිරිසිදු කිරීමට ගන්නා උපකරණ, ස්ට්‍රිචුල්, භාවිතයට ගත නොහැකි හෝ අර්ධ වශයෙන් භාවිත වීදුරු, (ගොඩනැගිලි සඳහා යොදා ගන්නා වීදුරු හැර), වීදුරු බඩු, පෝසිලේන් සහ මැටි භාණ්ඩ (වෙනත් අංශවල දක්වා නොමැති).
22. ලුණු කෙඳි, නෙට්, ටෙන්ට්, වියන්, ඉට්, රෙදි, රුවල්, ගෝනි සහ බැන් (වෙනත් අංශවල දක්වා නැති), පිරවීමට භාවිතා කරන ද්‍රව්‍ය, (රබර් හෝ ප්ලාස්ටික් හැර), අමුණු කෙඳි-රෙදි පිලි ද්‍රව්‍ය.
23. ශාන් හා නුල් වර්ග (රෙදිපිලි සඳහා භාවිතා).
24. රෙදිපිලි හා ඒ ආශ්‍රිත නිෂ්පාදන, (වෙනත් අංශවල දක්වා නැති) ඇඳ ඇතිරිලි හා මේස කවර.
25. ඇදුම්, පාවහන්, හිස්වැසුම්.
26. ලේස් හා වම්බොහිඩර්, රබන්, ගෙත්තම් පටි, බොත්තම්, මැහුම් හුක්ස්, ඇල්පෙනෙහි හා ඉඳිකටු, කෘතිම මල්.
27. කාපට් (කලාල), බුමුතුරුණු, පැදුරු, ලිතෝලියම් හා පොලොව වැසීමට භාවිතා කරන වෙනත් ද්‍රව්‍ය, බිත්ති සැරසිලි ද්‍රව්‍ය (රෙදිපිලි නොවන).
28. ක්‍රීඩා හා ක්‍රීඩා උපකරණ, පිම්කාස්ට්ක් හා වෙනත් අංශවල දක්වා නැති ක්‍රීඩා සඳහා යොදා ගන්නා ද්‍රව්‍ය, නත්තල් ගස් සඳහා යොදා ගන්නා සැරසැලි.
29. මස්, මාළු, කුකුළු හා තාරා ආදි මස්, මාංශ කොටස්, වියලි හා පිසූ පළතුරු හා ච්ඡවළු පේලි පෑම්, දෝසි, බිත්තර, කිරි හා කිරි ආශ්‍රිත නිෂ්පාදන කෂමට යෝග්‍ය තෙල් හා මේද.
30. කෝපි, තේ, කොකේවා, සීනි, සහල්, මඤ්ඤෝක්කා පිරි, සව්, කෘතිම සීන, පිරි හා විවිධ සිරියල් නිෂ්පාදන, කෙටි කෂම හා රසකැවිලි, අයිස්, පැණ, ඊස්ට්, බේකිං පවුඩර්, ලුණු, අඬ, විනාකර්, සොස් (කළු බඩු), අයිස්.
31. කෘෂිකාර්මික, උද්‍යාන වගා, වන නිෂ්පාදන සහ වෙනත් අංශවල දක්වා නැති ධාන්‍ය, සත්ව, නැවුම් පළතුරු හා ච්ඡවළු බීජ ස්වභාවික පැල හා මල් වර්ග, සත්ව ආහාර, මොල්ට්.
32. බීර, මිනරල් හා වානිත පලය, මධ්‍යසාර රහිත බීම, පලතුරු බීම හා ජූස්, සිරස් වර්ග, බීම හා ජූස්, සිරස් වර්ග, බීම වර්ග සෑදීමට ගන්නා වෙනත් ද්‍රව්‍ය.
33. මධ්‍යසාර සහිත බීම (බියර් හැර).
34. දුම්කොල, දුම්බීමට භාවිත දේ, ගිනිකුරු.

**සේවා**

- 35. දැන්වීම්කරණය, ව්‍යාපාර කළමනාකරණය, ව්‍යාපාර, පරිපාලනය, කාර්යාල ක්‍රම
- 36. රක්ෂණ, මූල්‍ය සම්බන්ධතා, මුදල් ගනුදෙනු, නිශ්චල දේපල සම්බන්ධතා
- 37. ගොඩනැගිලි ඉදිකිරීම්, ප්‍රතිසංස්කරණ සේවා, සේවා සවිකිරීම්
- 38. විදුලි සංදේශන
- 39. ගමනාගමන, ඇසුරුම්කරණ හා භාණ්ඩ ගබඩා, ප්‍රවාහන පහසුකම් සැපයුම
- 40. ද්‍රව්‍ය පිළියම්
- 41. අධ්‍යාපන, පුහුණු සැපයීම, විනෝදාස්වාදය, ක්‍රීඩා හා සංස්කෘතික ක්‍රියාකාරකම්
- 42. විද්‍යාත්මක හා තාක්ෂණික සේවා සහ සමීක්ෂණ සේවා, පරිඝණක මෘදුකාංග නිර්මාණය හා සංවර්ධනය, හීති සේවාවන්
- 43. ආහාර හා බීම වර්ග සැපයුම් සේවා, තාවකාලික නවාතැන්
- 44. වෛද්‍ය සේවා, පශු වෛද්‍ය සේවා, මිනිස් හෝ සත්ව සනීපාරක්ෂා, රූපලාවන්‍ය, කෘෂිකාර්මික, උද්‍යාන වගා හා වන සේවාවන්
- 45. වෙනත් පාර්ශවයන්ට පෞද්ගලික හෝ සමාජ සේවාවන් සැපයීම, දේපල හා පුද්ගල ආරක්ෂාව සැපයීම

2006 ජනවාරි මස දී රාජ්‍යයන් 73ක් හඹා ගිය බවට සමඟ ගිවිසුම් ගත වූහ. ඔවුන් විසින් වෙළඳ ලාංඡන ලියාපදිංචි කිරීම සඳහා මෙම ගිවිසුමට අනුව ක්‍රියා කරයි.

**සටහන:**

නවතම තොරතුරු ලබා ගැනීම සඳහා පහත වෙබ් අඩවියට පිවිසෙන්න  
[www.wipo.int/classifications/fulltext/nice8/enmain.htm](http://www.wipo.int/classifications/fulltext/nice8/enmain.htm) සහ  
[www.wipo.int/madrid/en/contact.html](http://www.wipo.int/madrid/en/contact.html)

## ඇමුණුම් අංක IV

### මැඩ්රිඩ් සමුහයේ සාමාජිකයින් (2006 ජනවාරි වන විට)

ඇල්බේනියාව (A&P)	ශ්‍රීසිය (P)	මෝල්ඩෝවා ජනරජය (A&P)
ඇල්ජීරියාව (A)	භංගේරියාව (A&P)	රුමේනියාව (A&P)
ඇන්ටිගුවා සහ බර්බුඩා (P)	අයිස්ලන්තය (P)	රුසියානු ෆෙඩරේෂනය (A&P)
ආර්මේනියාව (A&P)	ඉරානය (A&P)	සැන් මැරිනෝ (A)
ඕස්ට්‍රේලියාව (P)	අයර්ලන්තය (P)	සර්බියාව (A&P)
ඔස්ට්‍රියාව (A&P)	ඉතාලිය (A&P)	සියරා ලියෝන් (A&P)
අසයිර්බයිජානය (A)	ජපානය (P)	සිංගප්පූරුව (P)
බහරේන් (P)	කසකස්තානය (A)	ස්ලෝවැකියාව (A&P)
බෙලාරුසය (A&P)	කෙන්නියාව (A&P)	ස්ලෝවේනියාව (A&P)
බෙල්ජියම් (A&P)	කිරිගිස්තානය (A)	ස්පාඤ්ඤය (A&P)
බ්‍රහ්මය (A&P)	ලැට්වියාව (A&P)	සුඩානය (A)
බොස්නියාව හා හර්සගෝවියාව (A)	ලෙසතෝ (A&P)	ස්වාසිලන්තය (A&P)
බල්ගේරියාව (A&P)	ලයිබේරියාව (A)	ස්විඩනය (P)
චීනය (A&P)	ලිච්ටෙන්ෂ්ටෙන් (A&P)	ස්විස්ටර්ලන්තය (A&P)
ක්‍රොඒෂියාව (A)	ලිතුවේනියාව (P)	සිරියානු අරාබි ජනරජය (A&P)
කියුබාව (A&P)	ලක්ස්ම්බර්ග් (A&P)	ටජිකිස්තානය (A)
සයිප්‍රසය (A&P)	මොනාකෝ (A&P)	මැසිඩෝනියානු ජනරජය (A&P)
චෙක් රජය (A&P)	මොන්ගෝලියාව (A&P)	තුර්කිය (P)
කොරියානු මහජන සමූහාණ්ඩුව (A&P)	මොරොක්කෝව (A&P)	ටර්ක්මෙන්ස්තාන් (P)
ඩෙන්මාර්කය (P)	මොසැම්බිකියාව (A&P)	යුක්රේනය (A&P)
රිපබ්ලික් (A)	නැමීබියාව (A&P)	එක්සත් රාජධානිය (P)
එස්ටෝනියාව (P)	නෙදර්ලන්තය (A&P)	ඇමරිකා එක්සත් රාජධානිය (P)
යුරෝපා සංගමය (P)	නොවේජියාව (P)	උස්බෙකිස්තානය (A)
ෆින්ලන්තය (P)	පෝලන්තය (A&P)	වියට්නාමය (A)
ජෝර්ජියාව (P)	පෘතුගාලය (A&P)	සැම්බියාව (P)
ජර්මනිය (A&P)	කොරියානු ජනරජය (A&P)	

- (A) ගිවිසුමට පක්ෂපාති රටවල්
- (P) ගිවිසුමේ (මුල් කෙටුම්පතට) පක්ෂපාති රටවල්

**සටහන:**  
නවතම තොරතුරු සඳහා: [www.wipo.int/madrid/en/members/](http://www.wipo.int/madrid/en/members/)

බුද්ධිමය දේපල පිළිබඳ ලෝක සංවිධානය (WIPO) විසින් නිකුත් කරනු ලබන  
ඈති ව්‍යාපාර සඳහා බුද්ධිමය දේපල පිළිබඳ සියළුම ප්‍රකාශන  
[www.wipo.int/sme/en/](http://www.wipo.int/sme/en/) යන වෙබ් අඩවියෙන් ද,  
සුළු හා මධ්‍යම පරිමාණ ව්‍යවසාය අංශයේ විද්‍යුත් සඟරාව  
[www.wipo.int/sme/en/documents/wipo\\_sme\\_newsletter.html](http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_sme_newsletter.html) යන  
වෙබ් අඩවියෙන් ද, කිසිදු අය කිරීමකින් තොරව ලබා ගත හැකිය.


වැඩි දුර විස්තර සඳහා  
බුද්ධිමය දේපල පිළිබඳ ලෝක සංවිධානය  
නො: 34, වෙමින් ඩෙස් කොලොම්බෙට්ස්  
තැ.පෙ. 18, සී. එච්. - 1211 පිහිටා 20  
ස්විට්සර්ලන්තය.

දුරකථන:+41 22 338 91 11  
ෆැක්ස්:+41 22 733 54 28  
විද්‍යුත් තැපෑල: [wipo.mail@wipo.int](mailto:wipo.mail@wipo.int)

නිව්යෝක් හි පිහිටි සම්බන්ධීකරණය කිරීමේ කාර්යාලය හෝ එහි සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසාය අංශය  
2, යුනයිටඩ් නේෂන් ජ්ලාසා නො:34, වෙමින් ඩෙස් කොලොම්බෙට්ස්  
ෂ්‍රයිට් 2525, නිව්යෝක්, එන් එස් 10017 තැ.පෙ. 18, සී එච් - 1211 පිහිටා 20  
ඇමරිකා එක්සත් ජනපදය ස්විට්සර්ලන්තය

දුරකථන:+1 212 963 6813  
ෆැක්ස්:+1 212 963 4801  
විද්‍යුත් තැපෑල: [wipo@un.org](mailto:wipo@un.org)

ෆැක්ස්:+41 22 338 87 60  
විද්‍යුත් තැපෑල: [sme@wipo.int](mailto:sme@wipo.int)  
වෙබ් අඩවිය: [www.wipo.int/sme](http://www.wipo.int/sme)

සිංහල පරිවර්තනය පිළිබඳ වැඩිදුර තොරතුරු හෝ ඇණවුම් කිරීම සඳහා  
 සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසාය සංවර්ධන ව්‍යාපෘතිය  
නො. 53, වොක්ෂෝල් පවුමග  
කොළඹ 02, ශ්‍රී ලංකාව

දුරකථන:+94 11 230 4287-9  
ෆැක්ස්:+94 11 230 4291  
විද්‍යුත් තැපෑල: [projmed@slt.lk](mailto:projmed@slt.lk)