

Правовой разбор: обмен декоративного камня, изготовленного по каталожному артикулу, и применимость ст. 26.1 Закона РФ «О защите прав потребителей»

1. Краткая постановка вопроса

Покупатель явился в шоурум продавца, выбрал по каталогу производителя конкретный артикул декоративного камня с определённой фактурой и цветом, оформил заказ; продавец заказал камень у производителя, тот изготовил и отгрузил товар. Товар надлежащего качества покупателю «не понравился», и он требует замены на аналогичный. Продавец предполагает обосновать отказ тем, что товар имеет индивидуально-определённые свойства, предназначенные исключительно для этого покупателя, и ссылается на ст. 26.1 Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (далее — Закон о ЗПП). Требуется установить: (а) применима ли к такой продаже ст. 26.1 Закона о ЗПП или отношения регулируются ст. 25 Закона о ЗПП и ст. 502 ГК РФ; (б) являются ли заказанные камень с каталожным артикулом товаром с индивидуально-определёнными свойствами; (в) какие основания отказа в обмене вообще допустимы и какие условия ст. 25 должны быть проверены.

Ниже разбор ведётся по версиям, поскольку исходная формулировка допускает несколько прочтений фактической картины (место заключения договора, наличие образца в шоуруме, стадия монтажа камня), и каждая версия даёт разный правовой результат.

2. Раздел I. Квалификация договора: продажа в шоуруме или дистанционный способ продажи

2.1. Нормативная рамка и решающий критерий

Закон различает две самостоятельные конструкции:

- **продажа с непосредственным ознакомлением** — договор заключается при осмотре товара либо его образца в месте продажи (п. 1 ст. 497 ГК РФ; п. 1 ст. 26.1 Закона о ЗПП, где дистанционный способ определён через отрицание такого ознакомления);

- **дистанционный способ продажи** — договор заключается на основании ознакомления с описанием товара в каталогах, проспектах, буклетах, на фотоснимках, посредством средств связи «или иными исключаящими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора» способами (п. 1 ст. 26.1 Закона о ЗПП; п. 2 ст. 497 ГК РФ).

Решающим является **не способ выбора артикула (по каталогу или по памяти) и не способ доставки, а наличие у покупателя при заключении договора физической возможности непосредственного ознакомления с товаром либо его образцом**. Наличие каталога производителя и указание покупателем артикула сами по себе дистанционную продажу не образуют: каталог в такой ситуации выполняет функцию описания характеристик уже осматриваемого товара (ср. п. 2 ст. 437 ГК РФ — реклама и каталоги по общему правилу являются приглашением делать оферты, а не публичной офертой).

Дополнительно: ст. 493 ГК РФ и п. 2 ст. 493 ГК РФ связывают момент заключения договора розничной купли-продажи с выдачей чека, если иное не предусмотрено законом или договором. Дата чека (или иного документа об оплате) в шоуруме — важный маркер места заключения договора.

2.2. Версия 1 (основная): договор заключён в шоуруме

Обстоятельства, при которых применяется: покупатель лично пришёл в шоурум, осмотрел выставленные образцы камня (либо само изделие), выбрал фактуру и цвет, оформил и оплатил заказ на месте; последующее изготовление у производителя и отгрузка — исполнение уже заключённого договора.

Правовое обоснование: при таком развитии событий возможность непосредственного ознакомления с товаром/образцом не исключена, следовательно, конструкция п. 1 ст. 26.1 Закона о ЗПП не выполняется. Применяются:

- ст. 25 Закона о ЗПП (право на обмен недовольственного товара надлежащего качества в течение 14 дней);
- ст. 502 ГК РФ (обмен товара; при отсутствии нужного для обмена товара — возврат уплаченной суммы);
- ст. 497 п. 3, ст. 499 ГК РФ (если договором предусмотрена доставка);
- общие нормы о качестве — ст. 469, 470, 475 ГК РФ, ст. 4, 18 Закона о ЗПП (здесь не задействованы, поскольку качество надлежащее).

Практический вывод по версии 1: ссылка продавца на ст. 26.1 Закона о ЗПП юридически несостоятельна — норма к отношениям не применяется. Правило об «индивидуально-определённых свойствах» в ст. 25 Закона о ЗПП и в ст. 502 ГК РФ **отсутствует**; оно существует только в п. 4 ст. 26.1 Закона о ЗПП и, следовательно, не может быть основанием отказа при продаже в шоуруме. Отказ, мотивированный исключительно ст. 26.1, при этой версии подлежит признанию неправомерным.

2.3. Версия 2: договор фактически заключён дистанционно

Обстоятельства, при которых применяется: в шоуруме отсутствовал образец спорного камня (либо образец не демонстрировался), покупатель ознакомился только с каталогом/фотоснимками на сайте, в мессенджере или по телефону, а шоурум выполнял роль пункта консультации и/или получения товара; оплата произведена дистанционно.

Правовое обоснование: п. 1 ст. 26.1 Закона о ЗПП применяется, если возможность непосредственного ознакомления с товаром либо образцом была исключена. Тогда действуют:

- п. 2 ст. 26.1 Закона о ЗПП — обязанность предоставить информацию до заключения договора (потребительские свойства, адрес продавца, место изготовления, полное наименование, цена и условия приобретения, доставка, срок службы/годности/гарантийный срок, порядок оплаты, срок действия предложения);
- п. 3 ст. 26.1 Закона о ЗПП — обязанность в момент доставки предоставить **в письменной форме** информацию по ст. 10 Закона о ЗПП и информацию о порядке и сроках возврата;
- п. 4 ст. 26.1 Закона о ЗПП — право отказаться от товара в любое время до передачи и в течение **семи дней** после передачи; если информация о порядке и сроках возврата не предоставлена в письменной форме в момент доставки — в течение **трёх месяцев** с момента передачи;
- п. 4 ст. 26.1 Закона о ЗПП — возврат денежной суммы не позднее **десяти дней** со дня предъявления требования, за вычетом расходов продавца на доставку возвращённого товара;
- п. 5 ст. 26.1 Закона о ЗПП — при ненадлежащем качестве действуют ст. 18–24 (здесь не задействовано);
- п. 4 ст. 497 ГК РФ — аналогичные сроки (7 дней / 3 месяца) на уровне ГК РФ.

Практический вывод по версии 2: ст. 26.1 применяется, но это **не даёт продавцу основания отказа в обмене** — норма работает в пользу покупателя. Во-первых, при дистанционной продаже покупатель вправе не «обменять», а отказаться от договора и потребовать возврата денег (это

требование подлежит переквалификации: права на «замену» ст. 26.1 не предусматривает). Во-вторых, единственное ограничение — абзац пятый п. 4 ст. 26.1 (товар с индивидуально-определёнными свойствами), и оно, как показано в разделе II, в данной фабуле не срабатывает. В-третьих, продавец должен доказать, что письменная информация о порядке и сроках возврата была вручена в момент доставки, иначе действует трёхмесячный срок.

2.4. Гибридные ситуации

Возможны промежуточные варианты: выбор по каталогу в шоуруме, но оплата и оформление через сайт; либо осмотр образца «похожего» камня при заказе иного артикула. Квалификация в таких случаях определяется тем, был ли предоставлен образец именно того товара (или товара, позволяющего оценить спорные свойства — фактуру и цвет) и мог ли покупатель реально оценить товар. Бремя доказывания того, что ознакомление с образцом было обеспечено, лежит на продавце (п. 28 Постановления Пленума ВС РФ от 28.06.2012 № 17; ст. 56 ГПК РФ).

3. Раздел II. «Индивидуально-определённые свойства»: критерий и его применимость к каталожному камню

3.1. Норма сформулирована через два кумулятивных условия

Абзац пятый п. 4 ст. 26.1 Закона о ЗПП: «Потребитель не вправе отказаться от товара надлежащего качества, имеющего индивидуально-определённые свойства, **если указанный товар может быть использован исключительно приобретающим его потребителем**».

Отсюда три обязательных элемента, каждый из которых доказывает продавец: 1. товар надлежащего качества; 2. товар имеет индивидуально-определённые свойства; 3. товар **может быть использован исключительно** данным потребителем.

Второе и третье — не одно и то же. Даже уникальная вещь, которая может быть продана другому покупателю или использована иным лицом, под исключение не подпадает. Понятие индивидуально-определённой вещи в гражданском праве строится на выделении вещи из массы однородных по индивидуальным признакам (ср. ст. 398 ГК РФ, где конструкция «индивидуально-определённая вещь» используется как квалифицирующий признак; ст. 607 ГК РФ).

3.2. Позиция 1 (в пользу продавца): изготовление по заказу = индивидуально-определённые свойства

Логика: камень не хранился на складе, а был изготовлен после оформления заказа именно с заявленной фактурой и цветом; продавец понёс расходы, принял на себя обязательство перед производителем; товар в таком исполнении заказывался именно под данного покупателя и в ином качестве продавцу не нужен.

Когда позиция имеет шансы: если помимо каталожного артикула покупатель задал **уникальные параметры** — нестандартную геометрию, размеры под конкретный объект, индивидуально разработанный колер/фактуру, нанесение рисунка или гравировки, — и производитель не выпускает такое изделие серийно; если изделие после изготовления не может быть реализовано иным лицам без потерь (например, нестандартные доборные элементы под конкретную раскладку).

Уязвимость: позиция смешивает «изготовление под заказ» (способ исполнения договора) с «индивидуально-определёнными свойствами, делающими товар пригодным только для данного покупателя» (свойство товара). Первое само по себе вторым не является.

3.3. Позиция 2 (преобладающая): наличие каталожного артикула исключает исключение

Логика: товар выпускается производителем серийно и включён в каталог под определённым артикулом; фактура и цвет — это каталожные (типовые) характеристики, а не индивидуальный проект. Такой камень может быть использован любым покупателем в любом интерьере, а значит, условие «может быть использован исключительно приобретающим его потребителем» не выполняется. Выбор покупателем одной из каталожных позиций — это выбор товара, а не создание индивидуально-определённой вещи.

Дополнительный аргумент: сам продавец, ссылаясь на каталог производителя, подтверждает серийность и повторяемость товара. Внутренняя противоречивость позиции «товар каталожный, но уникальный» подрывает её доказательственную силу.

Практический вывод: при описываемой фабуле (покупатель пришёл с конкретным артикулом из каталога производителя, камень по этому артикулу произведён) суд с высокой вероятностью придёт к выводу об отсутствии индивидуально-определённых свойств, а равно и об отсутствии признака «использования исключительно данным покупателем». Исключение абзаца

пятого п. 4 ст. 26.1 Закона о ЗПП не применяется даже в дистанционном сценарии.

3.4. Бремя доказывания

Продавец обязан доказать наличие ИОС и невозможность использования товара иными лицами (п. 28 Постановления Пленума ВС РФ от 28.06.2012 № 17: бремя доказывания обстоятельств, освобождающих от ответственности, лежит на продавце; ст. 56 ГПК РФ). Доказательствами могут быть: спецификация с индивидуальными параметрами, согласованная сторонами; техническое задание; документы производителя о несерийном характере изделия; отсутствие данной позиции в каталоге на дату заказа; переписка о разработке уникального кодера. Одна лишь ссылка на то, что товар «заказывался», доказательством не является.

3.5. Ключевой вывод раздела

Даже если бы ст. 26.1 Закона о ЗПП применялась, **ссылка на индивидуально-определённые свойства в данной фабуле несостоятельна**. А если применяется ст. 25 Закона о ЗПП (продажа в шоуруме), то такого основания отказа в законе **нет вовсе**.

4. Раздел III. Условия обмена по ст. 25 Закона о ЗПП: на что продавец реально может опереться

4.1. Срок

Ст. 25 п. 1 Закона о ЗПП: обмен возможен в течение **14 дней, не считая дня покупки**. Ст. 502 п. 1 ГК РФ: 14 дней с момента передачи товара, **если более длительный срок не объявлен продавцом** (то есть продавец вправе объявить срок больше, но не меньше).

Течение срока — по ст. 191, 194 ГК РФ. Для дистанционной продажи сроки иные: 7 дней с момента передачи, а при непредоставлении письменной информации о порядке и сроках возврата — 3 месяца (п. 4 ст. 26.1 Закона о ЗПП; п. 4 ст. 497 ГК РФ).

Практический вывод: первое, что нужно зафиксировать, — дата передачи камня (дата накладной, акта, транспортной квитанции) и дата предъявления требования. Пропуск 14-дневного срока — самостоятельное и наиболее надёжное основание отказа (при условии, что покупатель был надлежаще информирован о сроке; при неуведомлении возможна постановка вопроса о

продлении срока и о ст. 10, 12 Закона о ЗПП — практика по этому вопросу неоднородна).

4.2. Основание обмена — закрытый перечень

Ст. 25 п. 1 Закона о ЗПП (в ред. Федерального закона от 17.12.1999 № 212-ФЗ) допускает обмен, если товар не подошёл **по форме, габаритам, фасону, расцветке, размеру или комплектации**. Формулировка «или по иным причинам не может быть использован потребителем по назначению», присутствовавшая в первоначальной редакции (Закон РФ в ред. Федерального закона от 09.01.1996 № 2-ФЗ), из действующего текста исключена. Перечень фактически закрыт.

Практический вывод: мотив «не понравился» сам по себе не входит в перечень. Продавец вправе потребовать от покупателя указания конкретного основания из числа перечисленных (например, несоответствие расцветки/фактуры ожидаемому). Если покупатель заказал именно тот артикул, который получил, и заявляет лишь о субъективном неприятии, возникает основание для возражения о несоответствии заявленного основания закону, а в крайнем случае — о злоупотреблении правом (ст. 10 ГК РФ; п. 1 Постановления Пленума ВС РФ от 23.06.2015 № 25). Однако этот довод — вспомогательный: он не отменяет права покупателя назвать любое из легальных оснований.

4.3. Товар не был в употреблении; сохранность товарного вида, свойств, пломб и ярлыков

Ст. 25 п. 1 Закона о ЗПП: обмен производится, если товар не был в употреблении, сохранены товарный вид, потребительские свойства, пломбы, фабричные ярлыки. Ст. 502 п. 1 ГК РФ: требование подлежит удовлетворению, если товар не был в употреблении и сохранены потребительские свойства.

Практический вывод — наиболее сильный аргумент в распоряжении продавца. Если камень уже смонтирован (уложен на клей, затирён, обрезан, имеет следы монтажа), он безусловно «был в употреблении», утратил товарный вид и потребительские свойства как готового к укладке изделия, а также фабричную упаковку и ярлыки. В этом случае обмен по ст. 25 невозможен, и отказ правомерен — но мотивировать его нужно именно этими обстоятельствами, а не ст. 26.1. Продавцу следует зафиксировать состояние товара (акт осмотра, фотографии, при необходимости — заключение специалиста, фиксирующее следы монтажа, остатки клеевого состава, механические повреждения кромок).

4.4. Документ о покупке

Ст. 25 п. 1 Закона о ЗПП: наличие товарного или кассового чека либо иного подтверждающего оплату документа; **отсутствие такого документа не лишает потребителя возможности ссылаться на свидетельские показания**. Аналогичный подход — п. 5 ст. 18 Закона о ЗПП. В описываемой ситуации продавец сам подтверждает факт продажи, поэтому данное условие проверять бессмысленно.

4.5. Упаковка

Ст. 25 Закона о ЗПП и ст. 502 ГК РФ **не называют сохранность упаковки** условием обмена; речь идёт о товарном виде, потребительских свойствах, пломбах, ярлыках. Утрата упаковки, если товар не использовался и сохранил товарный вид, по общему правилу не является основанием для отказа; условие договора об обратном ничтожно в силу ст. 16 Закона о ЗПП. Вместе с тем повреждение упаковки может объективно свидетельствовать об использовании товара — тогда работает п. 4.3.

4.6. Перечень товаров, не подлежащих обмену: отделочные материалы

Ст. 25 п. 1 Закона о ЗПП: перечень товаров, не подлежащих обмену, утверждается Правительством РФ (ранее — Перечень, утв. постановлением Правительства РФ от 19.01.1998 № 55; в настоящее время соответствующий перечень содержится в актах Правительства РФ, принятых взамен, — Правила продажи товаров по договору розничной купли-продажи и связанные с ними перечни, утв. постановлением Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463).

В этом перечне фигурирует позиция «строительные и отделочные материалы, **отпускаемые на метраж**» (в прежней нумерации — п. 4 Перечня, утв. постановлением Правительства РФ от 19.01.1998 № 55). Квалифицирующий признак — **продажа на метраж** (линолеум, ковролин, плёнка, обои, кабельная продукция и т. п.).

Позиция А (основная): декоративный камень реализуется поштучно/по площади, а не на метраж, поэтому под исключение не подпадает и обмен по ст. 25 допустим.

Позиция Б (расширительное толкование): декоративный камень — отделочный материал, и его можно было бы отнести к исключению. Позиция слабая: перечень сформулирован узко и содержит прямое ограничение «отпускаемые на метраж», а расширительное толкование перечня, ограничивающего права потребителя, противоречит ст. 16 Закона о ЗПП.

Практический вывод: рассчитывать на этот аргумент как на основной не следует. Кроме того, важно: перечень не подлежащих обмену товаров относится к механизму ст. 25 и **не применяется** к дистанционной продаже по ст. 26.1, где ограничение сформулировано иначе (только абзац пятый п. 4 ст. 26.1).

4.7. Отсутствие аналогичного товара

Ст. 25 п. 2 Закона о ЗПП (в ред. Федерального закона от 21.12.2004 № 171-ФЗ): если аналогичный товар отсутствует в продаже на день обращения, потребитель вправе отказаться от исполнения договора и потребовать возврата уплаченной суммы; требование удовлетворяется **в течение трёх дней со дня возврата товара**. По соглашению сторон обмен может быть предусмотрен при поступлении аналогичного товара в продажу, при этом продавец обязан незамедлительно сообщить потребителю о поступлении.

Аналогичное правило — ст. 502 п. 1 ГК РФ (при отсутствии необходимого для обмена товара покупатель вправе вернуть товар и получить уплаченную сумму).

Практический вывод: если камень надлежащего качества, не был в употреблении, 14-дневный срок соблюден и основание из перечня ст. 25 заявлено, продавец обязан либо обменять товар (с перерасчётом цены — ст. 502 п. 1 ГК РФ), либо, при отсутствии аналога, вернуть деньги в трёхдневный срок со дня возврата товара. Ссылка на отказ производителя здесь неуместна (см. раздел V).

4.8. Отдельно: неустойка и ответственность за просрочку

Ст. 25 п. 2 Закона о ЗПП устанавливает специальный трёхдневный срок. Прямого распространения неустойки п. 1 ст. 23 Закона о ЗПП (1 % цены товара за каждый день просрочки) на нарушение именно этого срока норма не предусматривает; практика неоднородна — применяются либо ст. 395 ГК РФ, либо (при обосновании через ст. 22 Закона о ЗПП) неустойка ст. 23. В любом случае сохраняются требования о возмещении убытков (ст. 15 ГК РФ), компенсации морального вреда (ст. 15 Закона о ЗПП) и штрафе (п. 6 ст. 13 Закона о ЗПП).

5. Раздел IV. Альтернативная квалификация: договор подряда / изготовление по индивидуальному заказу

5.1. Когда возможна такая квалификация

Если из документов следует, что продавец обязался **изготовить** вещь с индивидуальными характеристиками (разработка колера, нестандартные размеры, авторская фактура), договор может быть квалифицирован как смешанный (п. 3 ст. 421 ГК РФ) с элементами подряда (гл. 37 ГК РФ) либо как договор подряда. Тогда ст. 25 Закона о ЗПП (обмен товара) формально не применяется.

5.2. Последствия — для продавца хуже, а не лучше

- Ст. 29 Закона о ЗПП — права при недостатках работы;
- ст. 32 Закона о ЗПП — потребитель вправе отказаться от исполнения договора о выполнении работ **в любое время** при условии оплаты исполнителю фактически понесённых расходов, связанных с исполнением договора;
- ст. 717, 731 ГК РФ (по договору бытового подряда — ст. 731, 732, 735, 739 ГК РФ).

Практический вывод: квалификация отношений как подряда не создаёт «иммунитета» от возврата. Наоборот, отказ от договора по ст. 32 Закона о ЗПП возможен без указания причин, а ограничение — лишь возмещение фактически понесённых расходов. Для продавца это означает необходимость документально подтверждать такие расходы. При этом, если спорный камень — каталожная позиция, суд, скорее всего, квалифицирует отношения как розничную куплю-продажу, а не подряд: определяющим является передача серийного товара, а не выполнение работ.

6. Раздел V. Позиция производителя и её правовое значение

Производитель потребителю не является ни продавцом, ни уполномоченной организацией по данному требованию. Ст. 25 Закона о ЗПП прямо указывает: обмен производится **у продавца, у которого товар приобретён**. Ст. 18 п. 2 Закона о ЗПП (предъявление требований продавцу либо уполномоченной организации и т. п.) относится к товарам ненадлежащего качества; здесь качество надлежащее.

Отказ производителя принять товар надлежащего качества — вопрос его договора поставки с продавцом (ст. 506, 518 ГК РФ). Продавец не вправе перекладывать этот риск на потребителя: ответственность перед потребителем не зависит от поведения третьего лица (п. 3 ст. 401, ст. 403 ГК РФ). Единственный путь — регрессные требования к поставщику, если они предусмотрены договором; при надлежащем качестве товара законных оснований для возврата поставщику по общему правилу нет, и это коммерческий риск продавца.

Практический вывод: ссылка на отказ производителя в ответе потребителю юридически несостоятельна, а в суде будет прочитана как признание того, что претензия получена и не удовлетворена.

7. Раздел VI. Риски продавца при немотивированном отказе

1. **Судебное взыскание.** Потребитель вправе предъявить иск по своему месту жительства или месту заключения/исполнения договора, без уплаты госпошлины (п. 2, 3 ст. 17 Закона о ЗПП). Помимо основного требования: моральный вред (ст. 15 Закона о ЗПП), штраф 50 % от присуждённой суммы за несоблюдение добровольного порядка (п. 6 ст. 13 Закона о ЗПП), судебные расходы и расходы на представителя (ст. 98, 100 ГПК РФ), оплата экспертизы.
2. **Ничтожность ограничительных условий.** Любые условия договора или оферты, исключающие обмен/возврат, ничтожны (ст. 16 Закона о ЗПП).
3. **Надзорные меры.** Обращение в Роспотребнадзор (полномочия — ст. 40 Закона о ЗПП) с последующей административной ответственностью по ст. 14.15 КоАП РФ (нарушение правил продажи отдельных видов товаров) либо ч. 1, 2 ст. 14.8 КоАП РФ (нарушение права на информацию; включение в договор условий, ущемляющих права потребителя) — при наличии соответствующих нарушений.
4. **Репутационные и временные издержки,** эскалация в маркетплейс/торговую сеть.

Практический вывод: экономически спор на стоимость одного заказа почти всегда проигрышен продавцу, если только не задействован прочный аргумент (монтаж/утрата товарного вида либо пропуск срока).

8. Раздел VII. Сводные практические выводы по каждой версии

№	Версия / основание отказа	Применимая норма	Результат
1	Продажа в шоуруме; отказ со ссылкой на ИОС и ст. 26.1	Ст. 25 Закона о ЗПП, ст. 502 ГК РФ	Отказ незаконен. Ст. 26.1 неприменима; основания «ИОС» в ст. 25 нет
2	Продажа в шоуруме; товар смонтирован / утрачен товарный вид	Ст. 25 п. 1 Закона о ЗПП (условие «не был в употреблении»), ст. 502 п. 1 ГК РФ	Отказ правомерен — при документальном подтверждении
3	Продажа в шоуруме; истёк 14-дневный срок	Ст. 25 п. 1 Закона о ЗПП, ст. 502 п. 1 ГК РФ	Отказ правомерен (при надлежащем информировании о сроке)
4	Продажа в шоуруме; покупатель не назвал ни одного основания из перечня ст. 25	Ст. 25 п. 1 Закона о ЗПП, ст. 10 ГК РФ	Возражение обоснованно, но позиция вспомогательная
5	Продажа в шоуруме; ссылка на «отделочные материалы» из перечня	Перечень, утв. постановлением Правительства РФ (ранее — от 19.01.1998 № 55; ныне — акты, принятые взамен, в т. ч. постановление от 31.12.2020 № 2463)	Позиция слабая: камень не «отпускается на метраж»
6	Дистанционная продажа; отказ со ссылкой на ИОС	П. 4 ст. 26.1 Закона о ЗПП (абз. 5); п. 4 ст. 497 ГК РФ	Отказ незаконен: каталожный артикул → нет ИОС и нет «исключительного использования»
7	Дистанционная продажа без отказа	П. 4 ст. 26.1 Закона о ЗПП	Покупатель вправе отказаться в течение 7 дней (3 месяцев — если письменная информация о

№	Версия / основание отказа	Применимая норма	Результат
			возврате не вручена); деньги — в 10 дней с удержанием расходов на обратную доставку
8	Квалификация как подряд	Ст. 29, 32 Закона о ЗПП, гл. 37 ГК РФ	Ст. 25 не применяется, но появляется право немотивированного отказа с возмещением фактических расходов — риск выше
9	Ссылка на отказ производителя	Ст. 25, 403, п. 3 ст. 401 ГК РФ	Юридически несостоятельна

9. Раздел VIII. Рекомендуемый алгоритм действий

- 1. Зафиксировать хронологию:** дата оформления заказа в шоуруме, дата оплаты (чек), дата передачи/доставки, дата обращения покупателя, дата письменной претензии. Сроки по ст. 25 и п. 4 ст. 26.1 считаются от передачи товара.
- 2. Установить и задокументировать состояние товара:** осмотр, фотографии, акт с участием покупателя (или односторонний акт с уведомлением), фиксация следов монтажа, обрезки, клея, утраты ярлыков и упаковки. Это главный ресурс защиты.
- 3. Проверить, был ли в шоуруме образец** спорного камня (или товара, позволяющего оценить фактуру и цвет) и сохранились ли доказательства: выставочные образцы, подписанные покупателем спецификации, фотоотчёт, журнал консультаций, переписка. При наличии образца — твёрдо квалифицировать сделку как продажу в месте продажи (ст. 497 п. 1 ГК РФ) и исключить ст. 26.1 из аргументации.
- 4. Не использовать ст. 26.1 в качестве основания отказа** при продаже в шоуруме: это уязвимое место ответа. Ответ строить на ст. 25 Закона о ЗПП и ст. 502 ГК РФ, приводя конкретное невыполненное условие (срок, использование товара, отсутствие основания из перечня).
- 5. Если условия ст. 25 соблюдены и товар не монтировался** — удовлетворить требование: предложить обмен на аналогичный артикул с перерасчётом цены, а при отсутствии аналога в продаже — вернуть сумму в течение трёх дней со дня возврата товара (ст. 25 п. 2 Закона о ЗПП). Это дешевле суда.

6. **Провести переговоры с производителем** о возможности обратного выкупа/обмена в рамках договора поставки — как коммерческое, а не правовое решение; на отношения с потребителем это не влияет.
7. **На будущее** — в спецификации к заказу фиксировать: артикул, фактуру, цвет, партию, ссылку на каталог, а также отдельным блоком — сведения о том, что товар выбран по каталогу и является серийным; при наличии действительно уникальных параметров — указывать их прямо (нестандартные размеры, индивидуальный колер), что создаст доказательственную базу для позиции об ИОС. Важно: условия, ограничивающие права потребителя (полный запрет обмена/возврата), ничтожны (ст. 16 Закона о ЗПП) и включать их не следует.

10. Список использованных нормативных источников

Законы и кодексы

1. Гражданский кодекс РФ, часть вторая: ст. 398 (индивидуально-определённая вещь), ст. 401 (п. 3), ст. 403, ст. 421 (п. 3), ст. 432, ст. 437, ст. 454, ст. 455, ст. 469, ст. 470, ст. 475, ст. 493, ст. 497 (п. 1, 2, 3, 4), ст. 499, ст. 502, ст. 506, ст. 518, ст. 717.
2. Гражданский кодекс РФ, часть первая: ст. 10, ст. 128, ст. 129, ст. 191, ст. 194, ст. 395, ст. 607.
3. Гражданский кодекс РФ, часть вторая, гл. 37 (ст. 702, 731, 732, 735, 739) — при квалификации отношений как подряда.
4. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей»: - ст. 4, 8, 9, 10, 12, 13 (п. 6), 15, 16, 17, 18 (п. 2, 5), 22, 23, 29, 32, 40; - **ст. 25** (п. 1, п. 2) — в редакции Федерального закона от 17.12.1999 № 212-ФЗ и Федерального закона от 21.12.2004 № 171-ФЗ; - **ст. 26.1** (п. 1, 2, 3, 4 — в т. ч. абз. 2, 5, 6, п. 5) — в редакции Федерального закона от 21.12.2004 № 171-ФЗ.
5. Кодекс РФ об административных правонарушениях: ст. 14.8 (ч. 1, 2), ст. 14.15.
6. Гражданский процессуальный кодекс РФ: ст. 56, 98, 100.

Подзаконные акты

1. Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену» — в части правил

-
- продажи и перечня не подлежащих обмену товаров (позиция «строительные и отделочные материалы, отпускаемые на метраж»).
2. Постановление Правительства РФ от 19.01.1998 № 55 (утратило силу с 01.01.2021) — п. 4 Перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену (в прежней редакции) — для уяснения преемственности формулировки «отпускаемые на метраж».
 3. Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 № 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» (утратило силу с 01.01.2021) — для оценки правоотношений, возникших до 01.01.2021.

Акты судебных органов

1. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» — п. 1 (общие положения о применении законодательства о защите прав потребителей), п. 28 (распределение бремени доказывания обстоятельств, освобождающих от ответственности).
 2. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23.06.2015 № 25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» — п. 1 (принцип добросовестности, ст. 10 ГК РФ).
-

11. Оговорка о характере ссылок на судебную практику

Нормативные ссылки в настоящем разборе приведены по текстам, включённым в предоставленный правовой контекст, и по действующим редакциям соответствующих актов. Судебная практика по вопросам (а) отнесения изготовленного по заказу товара к имеющему индивидуально-определённые свойства и (б) применения ст. 25 Закона о ЗПП к отделочным материалам **не является единообразной**; в разборе отражены конкурирующие подходы (разделы II и III) с указанием обстоятельств, при которых применим каждый. Конкретные реквизиты дел (номер, дата, суд) подлежат подбору и сверке по фактическим обстоятельствам конкретного спора перед публикацией — в настоящем документе они не приводятся во избежание неточных ссылок.