

Александр Жучков

# ЭТОТ БИЗНЕС ПАХНЕТ ДЕНЬГАМИ:

КАК ЗАРАБАТЫВАТЬ  
НА МЫЛЕ С НУЛЯ

ПРОСТОЙ СТАРТ  
РЕАЛЬНЫЙ  
ДОХОД



ПРОСТОЙ СТАРТ  
БЕЗ ОПЫТА



МИНИМУМ  
ВЛОЖЕНИЙ



СТАБИЛЬНЫЙ  
ДОХОД



ДЕЛО, КОТОРОЕ  
ПРИНОСИТ УДОВОЛЬСТВИЕ

Александр Жучков

**Этот бизнес пахнет деньгами.  
Как зарабатывать на мыле с нуля**

«Автор»

2026

## **Жучков А. В.**

Этот бизнес пахнет деньгами. Как зарабатывать на мыле с нуля /  
А. В. Жучков — «Автор», 2026

Эта книга — не про «идеальный бизнес», а про реальный путь с нуля, где есть сомнения, ошибки и первые маленькие победы, которые со временем превращаются в стабильный доход. Здесь нет сложных терминов и пустой теории — только живой опыт, понятные шаги и честный разговор о том, как обычный кусок мыла может стать началом своего дела. Вы узнаете, как стартовать без опыта и больших вложений, какие ошибки чаще всего ломают новичков и как их обойти, где искать первых клиентов и как превратить хобби в деньги. Это смесь истории, мотивации и практического руководства, которая не отпустит до последней страницы и даст главное — уверенность, что начать можно уже сейчас. Если вы давно думаете о своём деле, но откладываете — эта книга станет тем самым толчком. Потому что этот бизнес действительно пахнет деньгами — и вы почувствуете это сами. Все иллюстрации созданы с помощью chatgpt.

© Жучков А. В., 2026

© Автор, 2026

# Александр Жучков

## Этот бизнес пахнет деньгами.

### Как зарабатывать на мыле с нуля

Глава 1. Точка ноль: когда денег нет, а менять жизнь нужно

Есть момент, о котором почти никто не говорит вслух. Он не выглядит героически, в нём нет вдохновляющей музыки и красивых цитат. Это тихая точка ноль, где ты сидишь один на один с реальностью и понимаешь: так, как есть сейчас, больше продолжаться не может. Не завтра, не «когда-нибудь», а прямо сейчас. И самое неприятное — ты не знаешь, с чего начать.

Я хорошо помню это состояние. Не как историю, которую можно красиво рассказать спустя время, а как ощущение внутри — тяжёлое, вязкое, будто тебя держит что-то невидимое. Снаружи всё вроде бы нормально: люди живут, работают, улыбаются, выкладывают фото, делают вид, что у них всё под контролем. А внутри — постоянный фон тревоги, который не выключается ни на минуту. Ты просыпаешься с ним, ложишься с ним и постепенно начинаешь думать, что это и есть норма.

Денег не хватает. Это звучит банально, но за этой фразой всегда больше, чем просто цифры. Это про выборы, которых у тебя нет. Про моменты, когда ты считаешь каждую покупку и откладываешь «на потом» даже то, что на самом деле нужно сейчас. Про разговоры, которых ты избегал, потому что не хотел снова объяснять, почему «пока не получается». Про тихое раздражение на самого себя и вопрос, который крутится в голове: «Почему у других получается, а у меня нет?»

И вот в какой-то момент ты устаёшь. Не от работы, не от людей — от этого внутреннего состояния. Устаёшь настолько, что становится всё равно, получится или нет. И именно в этом месте появляется шанс. Потому что пока ты надеешься на «идеальные условия», ты ничего не меняешь. А когда понимаешь, что ждать больше нечего, ты начинаешь двигаться.

Но движение — это не сразу про действия. Сначала это решение. Очень простое и очень сложное одновременно: перестать искать идеальный вариант и начать с того, что есть. Без гарантий, без уверенности, без понимания конечного результата. Просто сделать первый шаг.

Проблема в том, что большинство людей застревают ещё до этого шага. Они думают, что им нужно больше знаний, больше денег, больше времени. Они читают, смотрят, анализируют, сравнивают — и в итоге не делают ничего. Потому что всегда можно найти причину подождать ещё немного. Ещё один день. Ещё одну неделю. Ещё один «подходящий момент».

Правда в том, что подходящего момента не будет. Не потому, что мир против тебя, а потому что мир вообще не думает о тебе. У него свои правила, и одно из них очень простое: движение начинается с действия, а не с готовности. Ты никогда не будешь готов полностью. Никто не был.

В моей точке ноль не было ничего особенного. Никакого озарения, никакого «знака свыше». Было только понимание, что так дальше нельзя, и странная, почти нелепая мысль: «А что если попробовать что-то простое?» Не гениальную идею, не сложный бизнес-план, а что-то максимально приземлённое. То, что можно сделать руками, без лишних теорий.

И вот здесь начинается самое интересное. Потому что в этот момент ты сталкиваешься не с внешними препятствиями, а с внутренними. С голосом, который говорит: «Это слишком просто, чтобы работать». Или: «Это несерьёзно». Или: «Ты всё равно не доведёшь до конца». Этот голос звучит убедительно, потому что он твой. Он опирается на прошлый опыт, на ошибки, на разочарования. И если ты его слушаешь, ты остаёшься там же, где был.

Но есть и другой голос. Он тише, его почти не слышно. Он не обещает успеха, не рисует картинок будущего. Он говорит очень простую вещь: «Попробуй». Не навсегда, не идеально, не «как надо». Просто попробуй.

В тот момент я выбрал второй голос. Не потому, что был уверен, а потому что устал сомневаться. И это важный момент, который меняет всё: иногда ты начинаешь не потому, что веришь в результат, а потому что больше не хочешь жить так, как сейчас.

Первый шаг почти всегда выглядит глупо. Он маленький, неровный, неуверенный. Ты не чувствуешь себя предпринимателем, не ощущаешь, что «начал бизнес». Ты просто делаешь что-то новое и постоянно ловишь себя на мысли: «А вдруг это зря?» И это нормально. Сомнения не исчезают — ты просто перестаёшь им подчиняться.

Самое сложное в начале — не действия, а разрешение себе действовать. Разрешение ошибаться, делать неидеально, выглядеть новичком. Потому что мы привыкли оценивать себя слишком рано. Мы хотим сразу видеть результат, сразу понимать, что «это работает». А в реальности сначала идёт хаос, проба, неудачи, странные попытки. И только потом — первые маленькие победы.

Я не могу сказать, что в тот момент я видел будущее. Его не было. Был только следующий шаг. Потом ещё один. И ещё. Очень медленно, иногда с откатами назад, иногда с ощущением, что всё разваливается. Но каждый раз, когда хотелось остановиться, я возвращался к той самой точке ноль и задавал себе простой вопрос: «Ты хочешь обратно?» И ответ всегда был одинаковый.

Есть одна вещь, которую важно понять сразу. Начало — это не про вдохновение. Вдохновение приходит и уходит. Начало — это про выбор. Выбор двигаться, даже когда нет настроения. Выбор продолжать, даже когда нет результата. Выбор верить не в успех, а в процесс.

И вот парадокс: чем меньше ты пытаешься сделать «идеально», тем быстрее появляются реальные результаты. Потому что ты перестаёшь тратить силы на ожидание и начинаешь тратить их на действия. Маленькие, простые, иногда неуклюжие — но реальные.

В точке ноль нет уверенности. Но в ней есть энергия. Сырая, неудобная, иногда болезненная — но именно она двигает вперёд. Если её не заглушить страхами и сомнениями, она начинает работать на тебя.

Многие ищут сложные стратегии, секреты, «правильные схемы». Но всё начинается не с этого. Всё начинается с честного взгляда на свою жизнь и решения изменить её. Без громких слов, без обещаний. Просто взять и начать.

Возможно, сейчас ты тоже находишься в этой точке. Возможно, ты читаешь эти строки и узнаёшь себя. Если это так — значит, ты уже ближе, чем думаешь. Потому что осознание — это первый шаг. А дальше остаётся сделать второй.

Он не будет идеальным. Но он будет твоим.

И именно с него начинается всё.



## Глава 2. Почему именно мыло

Если сказать кому-то фразу «я хочу зарабатывать на мыле», чаще всего в ответ будет пауза. Та самая, неловкая. Потом — вежливая улыбка или осторожное: «Ну... интересно». На самом деле человек думает: «Серьёзно? Мыло?» И в этой реакции есть правда. Потому что мыло кажется слишком простым, чтобы на нём строить бизнес.

Я тоже так думал.

В голове есть стереотип: деньги — это что-то сложное, технологичное, масштабное. Там нужны связи, опыт, инвестиции, знания, которые недоступны «обычному человеку». А мыло — это что-то из детства, из разряда «сделал для себя», «подарил знакомым», «милое хобби». Не бизнес.

И именно в этом — главное заблуждение.

Парадокс в том, что простые вещи часто работают лучше сложных. Не потому, что они «магические», а потому что у них есть то, чего нет у большинства «умных» идей: понятность. Люди понимают, что это такое, зачем это нужно и почему за это можно заплатить. Им не нужно объяснять, убеждать, обучать. Им достаточно увидеть, потрогать, почувствовать.

Мыло — это продукт, который нужен всем. Каждый день. Без исключений. Его не нужно «внедрять» в жизнь человека, как новый сервис или технологию. Он уже там. Ты не создаёшь привычку — ты встраиваешься в неё.

Но это только верхний слой.

Настоящая сила мыла не в том, что оно «моет». Настоящая сила — в эмоции. Люди покупают не кусок основы с ароматом. Они покупают ощущение: уюта, заботы, красоты, маленькой радости для себя или близкого человека. И чем лучше ты понимаешь это, тем быстрее перестаёшь делать «просто мыло» и начинаешь создавать продукт, за который платят.

Вспомни, как выбирают подарок. Человек ищет не «вещь», а чувство, которое он хочет передать. Внимание. Тепло. Удивление. И вот здесь мыло начинает играть совсем по-другому. Оно становится не бытовым товаром, а способом сказать: «Мне не всё равно».

И это меняет всё.

Потому что как только продукт становится эмоциональным, он перестаёт конкурировать только ценой. Люди готовы платить больше, если чувствуют, что это «про них». Если это красиво, приятно, необычно, если это цепляет.

Но есть ещё одна причина, о которой редко говорят, и она гораздо важнее, чем кажется. Мыло — это честный вход в бизнес.

Без лишнего пафоса, без иллюзий. Здесь нет ощущения, что ты «играешь в предпринимателя». Ты сразу видишь результат своих действий. Сделал — получил. Не сделал — ничего не произошло. Ошибся — видно сразу. Получилось — тоже сразу.

Это очень отрезвляет.

Многие выбирают сложные ниши, потому что там можно долго скрываться за процессом. Изучать, готовиться, строить стратегии, но не сталкиваться с реальностью. В мыле так не получится. Здесь всё просто: либо у тебя есть продукт, который хотят купить, либо нет.

И это хорошо.

Потому что ты быстро учишься. Не на теории, а на практике. Ты начинаешь замечать детали: какие формы нравятся людям, какие запахи вызывают реакцию, какая упаковка привлекает взгляд. Ты видишь, как меняется поведение покупателей, и понимаешь, что работает, а что — нет.

Это живой процесс.

И в нём есть ещё одно важное преимущество: низкий порог входа. Тебе не нужно ждать «больших денег», чтобы начать. Ты не рискуешь всем сразу. Ты пробуешь, тестируешь, ошибаешься — и при этом остаёшься в игре. Это снижает давление и даёт пространство для роста.

Но вместе с этим приходит и ловушка.

Из-за того, что вход простой, многие относятся к этому несерьёзно. Делают «на попробовать», не вкладываются, не думают о клиенте, не доводят до результата. И потом говорят: «Это не работает». На самом деле не работает не идея — не работает подход.

Любой простой бизнес требует внимания к деталям. Иногда даже больше, чем сложный. Потому что здесь нет «сложности», за которой можно спрятать слабый продукт. Всё видно сразу.

Ты либо создаёшь ценность, либо нет.

И вот здесь начинается переход. От «я делаю мыло» к «я создаю продукт, который покупают». Это разница не в словах — в мышлении. Ты перестаёшь думать, как человек, который «что-то делает», и начинаешь думать, как человек, который решает задачу клиента.

Что он чувствует, когда берёт твой продукт в руки? Что он видит в первую секунду? Почему он должен выбрать именно тебя, а не десятки других вариантов?

Ответы на эти вопросы — это уже бизнес.

И ещё один момент, который важно понять. Мыло — это не предел. Это точка входа. Простая, понятная, доступная. Через неё ты учишься основам: создавать продукт, находить клиента, продавать, считать деньги, работать с обратной связью. И эти навыки остаются с тобой.

Ты можешь потом вырасти, расшириться, изменить направление. Но фундамент будет тот же.

Поэтому вопрос «почему именно мыло» на самом деле звучит иначе. Не «почему мыло», а «почему не начать с простого». Почему не выбрать путь, где ты можешь быстрее получить опыт, быстрее увидеть результат, быстрее понять, как работает реальный бизнес.

Иногда лучший старт — это не самый громкий, а самый понятный.

Да, это не звучит как история про «гениальную идею». Здесь нет эффекта вау на первом этапе. Но есть другое — движение. Настоящее. Без иллюзий. И если ты даёшь себе шанс пройти этот путь, ты начинаешь видеть то, что раньше было незаметно.

Возможности не всегда выглядят как что-то большое. Иногда они лежат прямо перед тобой — в простых вещах, которые ты раньше не воспринимал всерьёз.

Мыло — одна из них.

И если ты всё ещё сомневаешься, это нормально. Сомнения не исчезают по щелчку. Но теперь у тебя есть выбор: остаться в них или проверить на практике.

Потому что в конце концов важно не то, насколько идея кажется «серьёзной», а то, что ты с ней делаешь.

И именно здесь начинается разница между теми, кто думает, и теми, кто зарабатывает.



### Глава 3. Иллюзии новичков

В начале почти у всех есть одна и та же ошибка. Она не выглядит как ошибка. Наоборот — кажется разумной, логичной, даже «правильной». Человек думает: «Сначала разберусь как следует, подготовлюсь, изучу всё — и только потом начну». Звучит безопасно. Почти идеально. И именно это удерживает на месте дольше всего.

Иллюзии новичков коварны тем, что они выглядят как здравый смысл. Ты не чувствуешь, что стоишь на месте — тебе кажется, что ты движешься. Ты читаешь, смотришь, сохраняешь, сравниваешь. У тебя уже есть заметки, идеи, возможно, даже список «что нужно купить». Но проходит неделя, потом месяц, а реального шага так и нет.

Первая иллюзия — **«нужно больше знаний»**. Кажется, что где-то есть недостающая информация, без которой нельзя начинать. Как будто существует точка, после которой всё станет понятно и легко. Её нет. Знания без действия превращаются в груз. Ты начинаешь сомневаться ещё больше, потому что видишь, сколько всего «надо учесть». В итоге не двигаешься вовсе.

Правда в том, что первые шаги не требуют идеальной подготовки. Они требуют смелости сделать неидеально. Всё, что действительно важно, ты понимаешь в процессе. Через ошибки, через попытки, через живую обратную связь. Не через теорию.

Вторая иллюзия — **«нужны деньги»**. Большие деньги. На оборудование, материалы, рекламу, «правильный старт». Это звучит убедительно, потому что деньги — удобное оправдание. Их всегда «недостаточно». Но если быть честным, чаще всего за этим скрывается страх. Страх начать и не справиться.

Реальность проще: большинство вещей можно сделать с минимальными вложениями. Не идеально, не масштабно, но достаточно, чтобы проверить идею. В начале важно не «вложить больше», а «понять быстрее». Деньги приходят под действия, а не вместо них.

Третья иллюзия — **«сначала сделаю идеально»**. Хочется сразу красиво: ровные формы, дорогая упаковка, идеальные фото, продуманная линейка. Хочется, чтобы не было стыдно. Это понятное желание. Но оно тормозит. Потому что «идеально» — это не стартовая точка, это результат пути.

Если ты ждёшь идеала, ты не начинаешь. А если начинаешь — быстро понимаешь, что идеал создаётся через десятки попыток. Через «так себе», через «нормально», через «уже лучше». И только потом — «вот это уже можно показать».

Четвёртая иллюзия — **«люди не купят»**. Этот страх звучит тихо, но действует сильно. «Кому это нужно?», «Сейчас все делают мыло», «Почему должны выбрать меня?» Эти вопросы не про рынок — они про уверенность. Ты заранее отказываешь себе в возможности, ещё до того, как попробовал.

Правда в том, что люди покупают. Каждый день. У разных людей. Вопрос не в том, есть ли спрос. Вопрос в том, что именно ты предлагаешь и как ты это показываешь. Уникальность не обязательно в «гениальной идее». Она часто в деталях: в подаче, в вкусе, в ощущении, которое ты создаёшь.

Пятая иллюзия — **«нужно дождаться подходящего момента»**. Когда будет больше времени, больше энергии, лучшее настроение. Когда «всё сложится». Это самая удобная иллюзия, потому что её невозможно проверить. Всегда есть причина подождать ещё немного.

Но момент не приходит. Его создают. Не из идеальных условий, а из того, что есть. Иногда — из усталости, иногда — из раздражения, иногда — просто из желания попробовать иначе. И только после действия появляются условия, которые раньше казались обязательными.

Шестая иллюзия — **«если не получится с первого раза — значит, это не моё»**. Мы привыкли оценивать себя слишком быстро. Сделал — не вышло — сделал вывод. Но любой навык требует времени. Любой результат — это серия попыток, а не одна удачная.

В бизнесе нет «одной попытки». Есть процесс. И в этом процессе нормальны ошибки, откаты, сомнения. Ненормально — останавливаться после первого же неудачного опыта и делать вывод о себе.

Седьмая иллюзия — **«сначала нужен план»**. Подробный, продуманный, с шагами, сроками, расчётами. План даёт ощущение контроля. Но в начале он почти всегда отрывается от реальности. Потому что ты планируешь на основе предположений, а не опыта.

Лучший план в начале — это простой следующий шаг. Сделай, посмотри результат, скорректируй. Снова сделай. Это выглядит менее «серьёзно», но работает намного точнее. Потому что ты опираешься на реальность, а не на догадки.

И есть ещё одна, самая глубокая иллюзия — **«я ещё не готов»**. Она объединяет все остальные. В ней есть и страх, и сомнения, и желание избежать риска. Она звучит разумно и почти всегда кажется правдой.

Но готовность — это не состояние до начала. Это то, что появляется в процессе. Ты становишься готовым, когда делаешь. Не наоборот.

В какой-то момент я понял простую вещь: все эти иллюзии не исчезнут сами. Их нельзя «додумать», «переждать», «проработать до конца». Их можно только обойти через действие. Маленькое, простое, иногда неудобное. Но реальное.

Ты делаешь шаг — и часть страхов уходит. Не потому, что они исчезли, а потому что ты увидел: можно. Потом ещё шаг — и появляется опыт. Потом ещё — и появляется понимание. И в какой-то момент ты оглядываешься и видишь, что уже не там, где был.

Не потому, что всё стало идеально. А потому что ты перестал ждать идеала.

Важно не избавиться от иллюзий полностью. Важно научиться их замечать. Видеть, когда ты снова откладываешь под красивым предлогом. Когда заменяешь действие подготовкой. Когда выбираешь безопасность вместо движения.

Это честный разговор с собой. Иногда неприятный, но необходимый.

Потому что дальше всё становится проще. Не легче — но понятнее. Ты уже не тратишь время на ожидание «правильного состояния». Ты просто делаешь следующий шаг.

И в этот момент появляется главное отличие новичка от того, кто начинает зарабатывать. Не в знаниях, не в таланте, не в деньгах. В решении действовать, несмотря на сомнения.

Именно с этого момента иллюзии теряют силу.

Потому что реальность начинает говорить громче.



## Глава 4. Мой первый провал

О провалах любят говорить уже после успеха. Тогда они звучат красиво: как часть пути, как «ценный опыт», как обязательный этап. Но в тот момент, когда это происходит с тобой, это не выглядит как урок. Это выглядит как тупик. Как ощущение, что ты снова всё сделал не так.

Мой первый провал был тихим. Без драматичных сцен, без громких слов. Просто момент, когда ты смотришь на результат и понимаешь: это не то. И хуже всего — ты не до конца понимаешь, почему.

К тому времени у меня уже было ощущение, что я «начал». Я купил материалы, посмотрел десятки видео, сохранил идеи, которые казались интересными. В голове сложилась кар-

тинка: сейчас я сделаю, выложу, и люди начнут покупать. Не сразу, но начнут. Потому что я старался. Потому что я всё «изучил».

И вот наступил тот самый день. Первые куски мыла лежали передо мной. Я смотрел на них и пытался почувствовать гордость. Но внутри было что-то другое. Сомнение. Неровности, странные цвета, запах, который не совпадал с ожиданием. Это не выглядело как продукт, за который хочется платить. Это выглядело как попытка.

Я сказал себе: «Нормально, это же первый раз». И это было честно. Но дальше началась вторая часть — попытка продать.

Я сделал фотографии. Старался выбрать лучший ракурс, свет, фон. Сравнивал с тем, что видел у других. Там всё выглядело как из журнала. У меня — как есть. Но я всё равно выложил. Потому что решил: нужно попробовать.

Первый день — тишина. Второй — тоже. Несколько просмотров, никаких сообщений. Я проверял телефон чаще, чем нужно. Ожидание стало почти физическим. Как будто от этого зависело что-то большее, чем просто продажа.

На третий день пришло первое сообщение. Короткое: «Сколько стоит?» Я ответил быстро, почти сразу. И снова — тишина. Человек больше не написал.

И вот здесь происходит перелом. Не во внешнем мире — внутри. Ты начинаешь прокручивать всё заново. Может, дорого. Может, фото плохие. Может, никому это не нужно. Может, это вообще не работает. Эти мысли приходят быстро и звучат убедительно, потому что подкреплены реальностью: результата нет.

Это и есть момент, где многие останавливаются.

Не потому, что идея плохая. А потому что столкнулись с реальностью раньше, чем ожидали. Без плавного перехода, без «разгона». Сразу — тишина, сомнение, ощущение, что ты сделал шаг и упёрся в стену.

Я тоже был близок к этому. Очень близок. В голове уже формировался вывод: «Наверное, это не моё». Удобная мысль. Она снимает ответственность. Позволяет закрыть тему и вернуться к привычному.

Но было одно «но». Я вспомнил, зачем вообще начал. Не ради красивой картинки, не ради лайков, а потому что хотел изменить свою ситуацию. И этот мотив оказался сильнее, чем желание быстро получить результат.

Я решил посмотреть на ситуацию иначе. Не как на провал, а как на сигнал. Если не покупают — значит, что-то не так. Не «со мной», а с тем, что я сделал. И это важное различие.

Я начал разбирать. Холодно, без оправданий. Что именно я предлагаю? Чем это отличается от других? Почему человек должен выбрать меня? Ответы были неприятными. Ничем не отличается. Ничего не объясняет. Не вызывает желания купить.

Это был честный момент.

Оказалось, что я делал продукт «для себя», а пытался продать «другим». Я ориентировался на своё ощущение, а не на потребность клиента. Мне казалось, что «нормально» — достаточно. Но рынок не работает по принципу «нормально». Он работает по принципу «хочу».

И тогда я сделал второй заход.

Не глобально, не с нуля. Я не стал всё переделывать. Я изменил фокус. Начал смотреть на детали. Как выглядит мыло в руке? Какой запах чувствуется сразу? Как выглядит упаковка? Что видит человек в первую секунду на фото?

Я попробовал сделать иначе. Чище, аккуратнее, понятнее. Добавил простую упаковку. Сфотографировал не «как получится», а с мыслью: «Я бы сам это купил?» И только после этого снова выложил.

Результат не стал мгновенным. Но появился отклик. Один вопрос. Потом ещё. Первая продажа была маленькой, почти символической. Но она изменила ощущение. Это уже было не «возможно», а «работает».

И вот здесь становится понятным главное.

Провал — это не момент, когда не получилось. Провал — это момент, когда ты сделал вывод и остановился. Всё остальное — часть процесса.

Мой первый провал был нужен. Без него я бы продолжал думать, что «всё нормально», и не видел бы, что именно нужно менять. Он снял иллюзии быстрее, чем любые советы. Он показал реальность без фильтров.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.