



وزارة التخطيط التنموي والإحصاء  
Ministry of Development Planning and Statistics

# مؤشر ثقة المستهلك لدولة قطر

الربع الأول - مارس 2015

سلسلة المؤشرات التنموية

## فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
2	مؤشر ثقة المستهلك .....
4	الشعور بتحسّن الحالة المادية للأسرة .....
5	الشعور بسوء الحالة المادية للأسرة .....
6	شعور الأسر بأن الوقت مناسب لشراء السلع المعمرة .....
7	أسباب شعور الأسر بأن الوقت مناسب لشراء السلع المعمرة .....
7	أسباب شعور الأسر بأن الوقت غير مناسب لشراء السلع المعمرة .....
8	الأسر تعبر عن تفاؤلها إزاء الوضع الحالي .....
9	الأسر تعبر عن تفاؤلها إزاء الوضع المستقبلي .....
11	خطة الأسرة المستقبلية لشراء مركبة جديدة .....
12	توقعات أسرة بشأن الأسعار المستقبلية .....
<b>الملحق</b>	
13	المؤشر العام والمؤشرات الفرعية لثقة المستهلك .....
13	تقييم الوضع المادي الحالي .....
13	تقييم الوضع الحالي .....
14	تقييم الوضع المستقبلي .....
14	خطة الشراء خلال الاثني عشر شهراً المقبلة .....
15	التوقعات بشأن التضخم خلال الاثني عشر شهراً المقبلة .....
15	تقييم الإجراءات المتخذة من الحكومة .....
15	مؤشر ثقة المستهلك .....

### الربع الأول 2015

مؤشر ثقة المستهلك

3.3

مؤشر الوضع الحالي

3.4

مؤشر الوضع المستقبلي

3.2

**الدوحة، مارس 2015.** ارتفع مؤشر ثقة المستهلك في الربع الأول 2015 بنحو (3.3) نقطة مقارنة بالربع الرابع 2014، واستقر المؤشر عند (184.9) نقطة في المتوسط خلال الربع الأول 2015 مقارنة بما قيمته (181.6) نقطة في المتوسط خلال الربع الرابع 2014، كما هو موضح في الشكل (1).

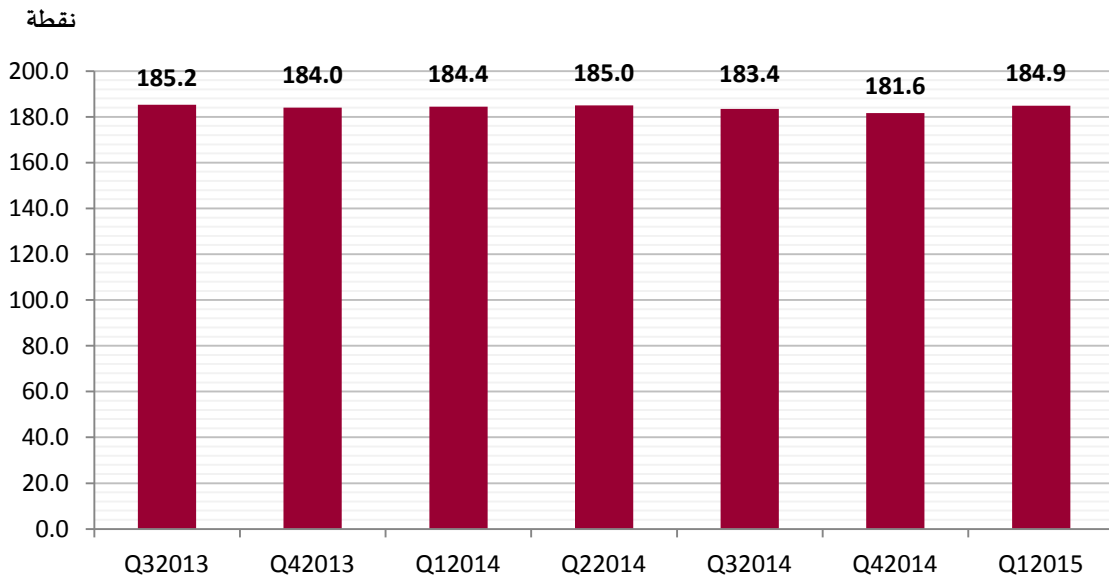
وكان من أسباب هذا الارتفاع تحسن الظروف المعيشية للأسرة نتيجة لتحسن دخل عدد كبير من الأسر المستجيبة بطرق مختلفة منها الحصول على علاوة، أو تعديل في الوضع الوظيفي، كالحصول على ترقية في العمل أو الانتقال إلى عمل أفضل.

إلى جانب ذلك، فقد كان هناك ارتياح كبير من العينة المستجيبة إزاء السياسات الحكومية المبذولة للحد من البطالة، فضلا عن إدراكهم بالجهود المبذولة في دعم الدولة للمشاريع الخاصة والعامة، ودعم الخدمات والصحة والتعليم، فضلا عن زيادة وتنوع الاستثمارات بما يوفر العديد من فرص العمل.

وعلى الرغم من ذلك، هناك شعور مستمر بارتفاع الأسعار بشكل عام، وأسعار الإيجارات بوجه خاص، وهو ما عبر عنه البعض من واقع استطلاع رأي الأسر خلال فترة الربع الأول 2015.

شكل (1)

مؤشر ثقة المستهلك

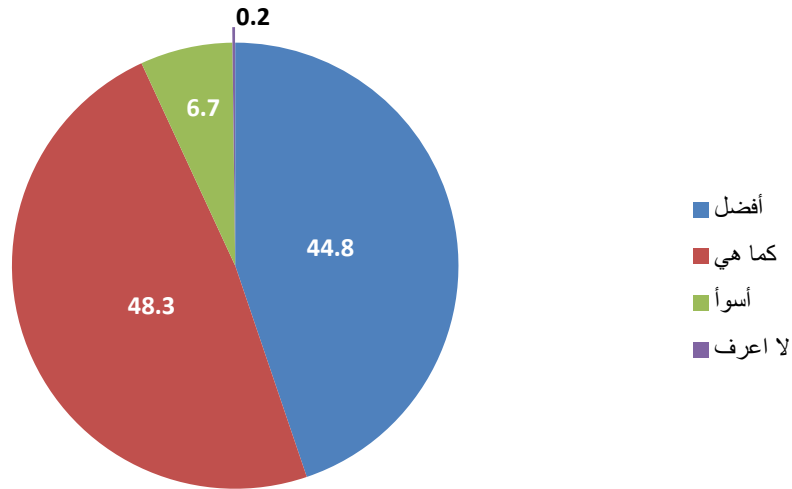


### (44.8%) من الأسر لديهم شعور بتحسن حالتهم المادية خلال شهر مارس 2015

وبسؤال المستهلك حول شعوره إزاء حالته المادية هو وأسرته خلال فترة الاستطلاع مقارنة بسنة سابقة، أظهرت نتائج استطلاع الرأي في شهر مارس 2015 أن ما نسبته (44.8%) من العينة المستجيبة يشعرون بتحسن في حالتهم المادية مقارنة بنحو (43.9%) من واقع نتائج استطلاع الرأي في شهر ديسمبر 2014، في الوقت الذي أشار (6.7%) بسوء حالتهم المادية مقارنة بنحو (9.3%) بحسب نتائج استطلاع الرأي في شهر ديسمبر الماضي، فيما ارتفعت نسبة الأسر التي أبدت شعورها بشأن استقرار حالتهم المادية إلى نحو (48.3%) خلال شهر مارس 2015 مقارنة بنحو (46.3%) بحسب نتائج استطلاع الرأي في شهر ديسمبر 2014.

شكل (2)

هل تعتقد أن حالتك المادية أنت وأسرته أفضل أم أسوأ أم بقيت كما هي خلال الوقت الحالي مقارنةً بالثاني عشر شهراً السابقة؟



## الشعور بتحسّن الحالة المادية للأسرة

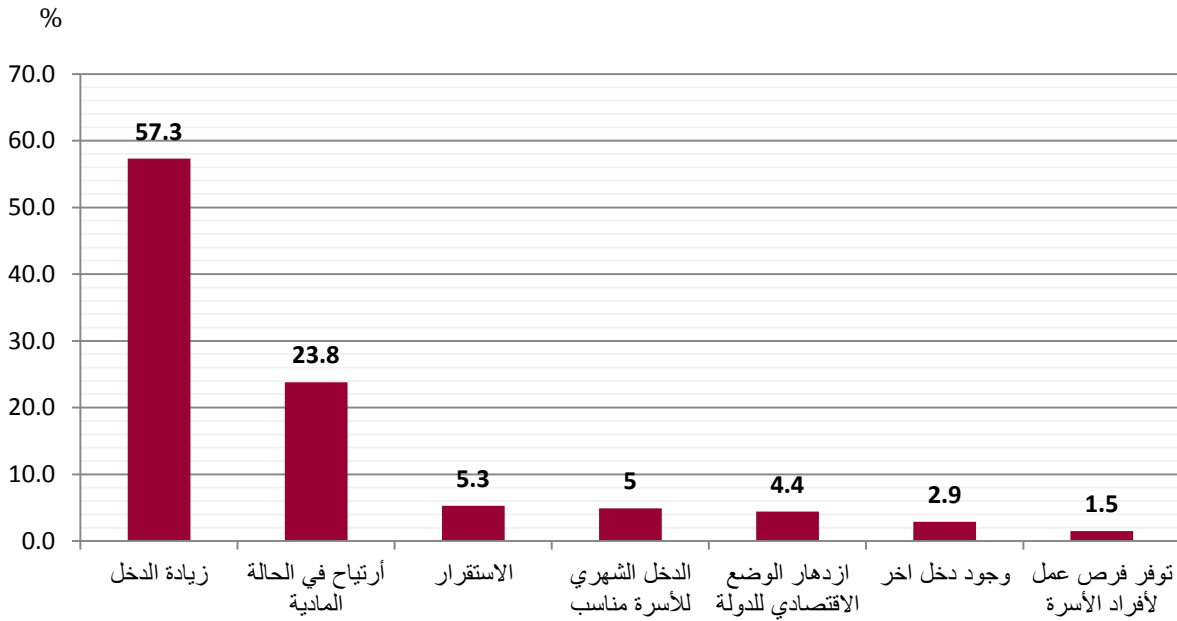
وتمثلت أهم الأسباب الرئيسة لشعور بعض الأسر بتحسّن حالتهم المادية (44.8%) باستطلاع الرأي في شهر مارس 2015 في ارتفاع الدخل النقدي المتحصل عليه مقارنة بالسابق نظرا لقيام بعض أصحاب العمل بزيادة الرواتب والأجور، ولحصول البعض على ترقية في العمل، فضلا عن توفر فرصة عمل لبعض أفراد الأسرة، كما أفاد البعض بتوفر العديد من فرص العمل ذات الدخل الأفضل.

وأرجع العديد من العينة المبحوثة هذا التحسّن إلى ما تشهده الدولة من ازدهار اقتصادي حقيقي متمثل في العديد من المشروعات التي يتم الاعلان عنها بصفة مستمرة، بالإضافة إلى إدراك الأسر القطرية بسعي الحكومة في عملية دعم الأسر المواطنة على سبيل الخصوص.

وبشكل عام يوضح الشكل (3) أسباب شعور المستهلكين بتحسّن أحوالهم المادية هم وأسرههم خلال فترة الاستطلاع مقارنة بالثلاثي عشر شهرا السابقة.

شكل (3)

أسباب شعور المستهلكين بتحسّن أحوالهم المادية هم وأسرههم  
خلال وقت الاستطلاع مقارنة بالثلاثي عشر شهرا السابقة



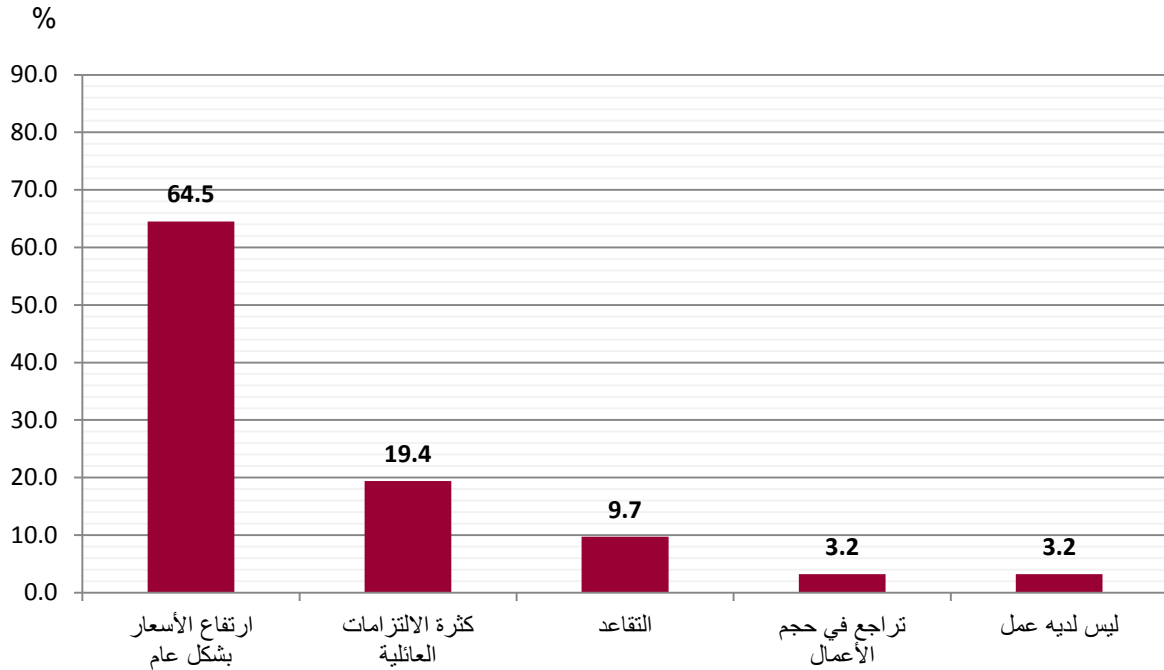
### الشعور بسوء الحالة المادية للأسرة

وعلى الجانب الآخر، ما زال هناك شعور بالزيادة في الأسعار بشكل عام، وأسعار الوحدات السكنية في دولة قطر بشكل خاص خلال الربع الأول لعام 2015 وهو ما عبر عنه بعض الاسر في استطلاعات الرأي في شهر مارس 2015، وإن كانت النسبة أقل بشكل ملحوظ مقارنة بنتائج الاستطلاع في شهر ديسمبر الماضي، والتي بلغت نحو (6.7%) و (9.3%) على الترتيب.

وتتفق النتائج المذكورة أعلاه مع التوقعات السابقة بشأن ارتفاع مستويات تفاؤل المستهلكين إزاء أحوالهم المادية خلال الربع الأول 2015 نتيجة عدم تأثر اقتصاد قطر بالتراجعات في أسعار النفط العالمية، على الرغم من شعور العديد من الأسر بارتفاع الأسعار.

شكل (4)

أسباب شعور المستهلكين بسوء أحوالهم المادية هم وأسرههم  
خلال وقت الاستطلاع مقارنةً بالاثني عشر شهرا السابقة



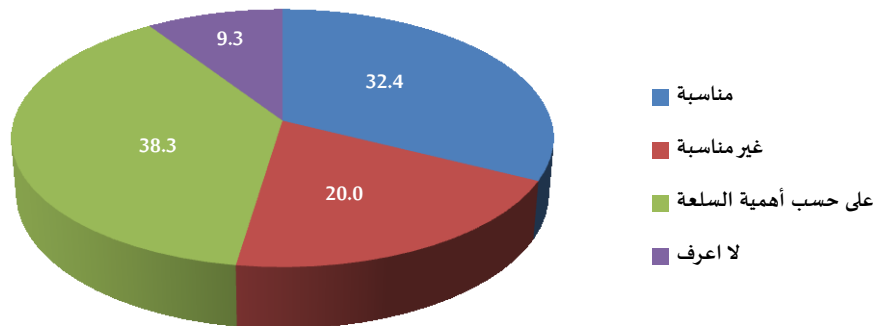
### (32.4%) من الأسر لديهم الشعور بأن الوقت مناسب لشراء السلع المعمرة.

وبسؤال المستهلك حول رؤيته بشأن مدى مناسبة الوقت الحالي للقيام بشراء السلع الاستهلاكية طويلة الأجل (المعمرة) من عدمه، جاءت نتائج استطلاع الرأي في شهر مارس 2015 لتشير إلى ارتفاع نسبة المستهلكين (32.4%) الذين أبدوا مناسبة الوقت الحالي لشراء تلك السلع مقارنة بنحو (27.6%) طبقاً لنتائج استطلاع الرأي في شهر ديسمبر 2014.

كما ارتفعت نسبة المستهلكين الذين لا يقومون بشراء تلك السلع طالما ليسوا في حاجة ملحة لها (38.3%) مقارنة بنحو (34.1%) من واقع نتائج استطلاع الرأي في شهر ديسمبر 2014، وعلى الجانب الآخر بلغ نسبة المستهلكين (20.0%) الذين أفادوا بأن الوقت الحالي أصبح غير مناسب لعملية الشراء مقارنة بما نسبته (31.7%) وفقاً لنتائج الاستطلاع في شهر ديسمبر 2014.

#### شكل (5)

هل تعتقد أن الوقت الحالي مناسب بصفة عامة للأفراد والمستهلكين لشراء أي من السلع المعمرة (كالأثاث، والتلفزيون، والثلاجة، والغسالة.....)؟

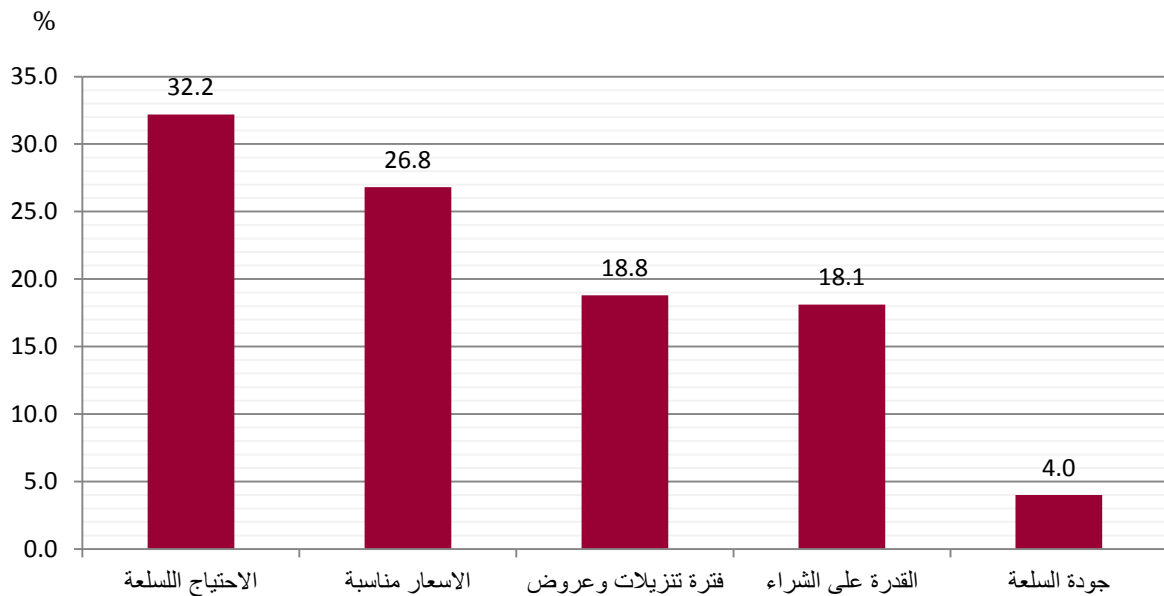


### أسباب شعور الأسر بان الوقت مناسب لشراء السلع المعمرة

وبسؤال المستهلكين الذين أفادوا بملاءمة الوقت الحالي لشراء السلع المعمرة (32.4%) عن أسباب هذا الشعور، جاءت نتائج استطلاع الرأي في شهر مارس 2015 لتشير إلى ان السبب الرئيس هو الحاجة إلى السلعة وهو ما عبر عنه نحو (32.2%) ثم عامل "مناسبة الأسعار" بنحو (26.8%) وفي المرتبة الثالثة جاء عامل "وجود فترة عروض وتنزيلات" وبما نسبته (18.8%).

شكل (6)

أسباب اعتقاد المستهلكين أن الوقت الحالي مناسب لشراء السلع المعمرة



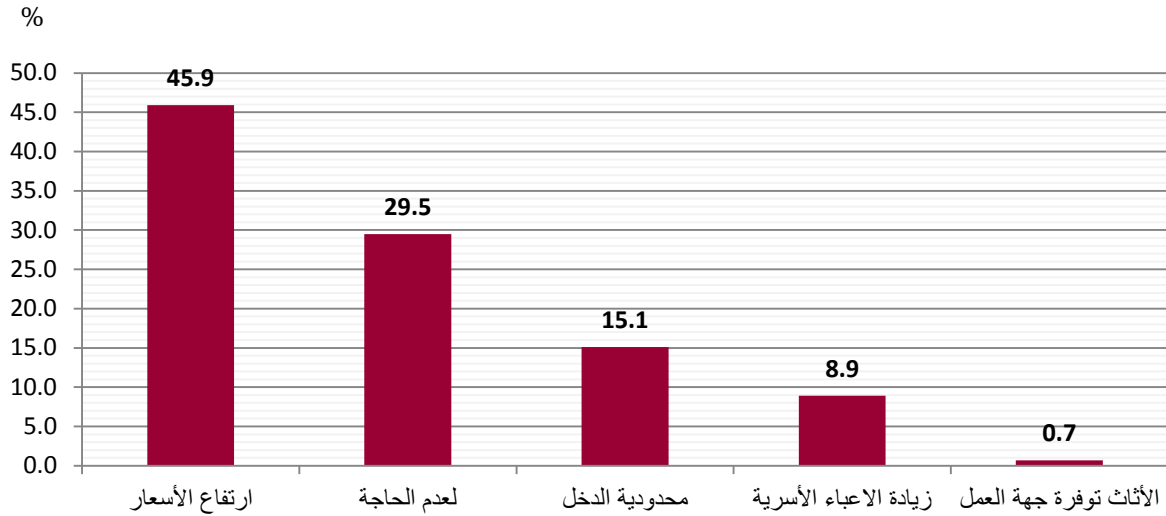
### أسباب شعور الأسر بان الوقت غير مناسب لشراء السلع المعمرة

وعلى الجانب الآخر، وبسؤال المستهلكين الذين أفادوا بعدم مناسبة الوقت الحالي للشراء عن أسباب هذا الشعور، جاءت الإجابة لتعكس ان اهم تلك الأسباب: ارتفاع أسعار السلع الاستهلاكية طويلة الأجل بالشكل الذي يخلق ضغوطا مادية في ظل وجود التزامات متعددة وانخفاض الدخل بشكل لا يسمح بالشراء، أنظر الشكل (7).



شكل (7)

أسباب اعتقاد المستهلكين أن الوقت الحالي غير مناسب لشراء السلع المعمرة

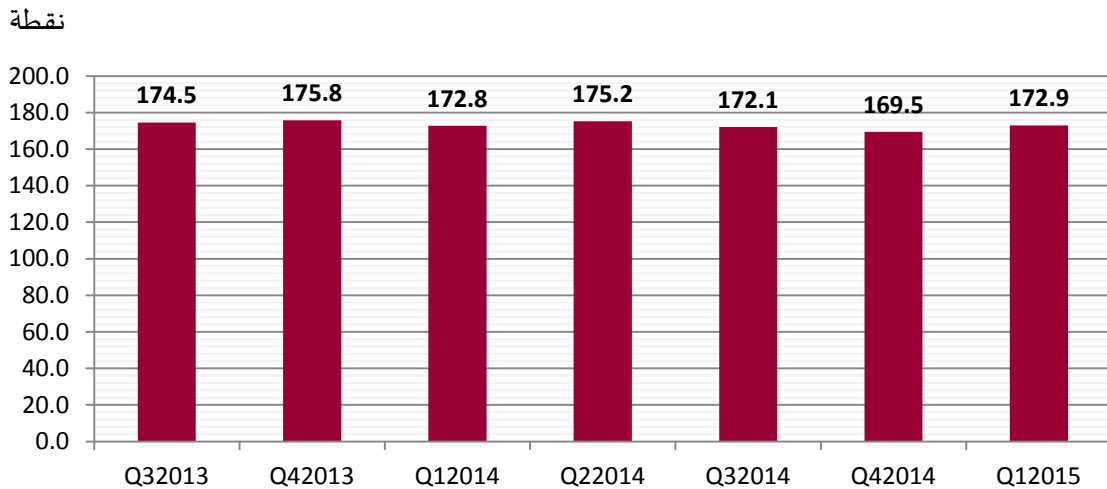


### الأسر تعبر عن تفاؤلها إزاء الوضع الحالي

وطبقاً لنتائج الربع الأول 2015، ارتفعت مستويات التفاؤل لدى المستهلكين إزاء الأوضاع الحالية بنحو (3.4) نقطة مقارنة بالربع الرابع 2014، حيث بلغ قيمة المؤشر في المتوسط نحو (172.9) نقطة، وبشكل عام فإن ثقة المستهلكين في القائمين على اتخاذ القرار بالدولة أسهمت بشكل أساسي في إبقاء مستويات التفاؤل عند مستويات مرتفعة.

شكل (8)

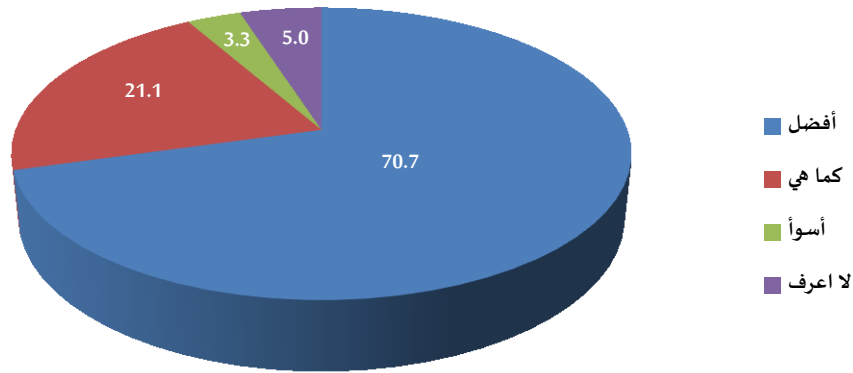
مؤشر الوضع الحالي



وعبر نحو (70.7%) من المستهلكين عن شعورهم بتحسن الأوضاع الاقتصادية الحالية بحسب نتائج استطلاع الرأي في شهر مارس 2015 (شكل 9) في حين كانت تلك النسبة (69.6%) وفقاً لنتائج استطلاع الرأي في شهر ديسمبر الماضي.

شكل (9)

بالنسبة لحالة الاقتصاد الحالية في دولة قطر  
هل تعتقد أن الوضع أفضل أم أسوأ أم بقى كما هو مقارنة بالثاني عشر شهراً السابقة؟



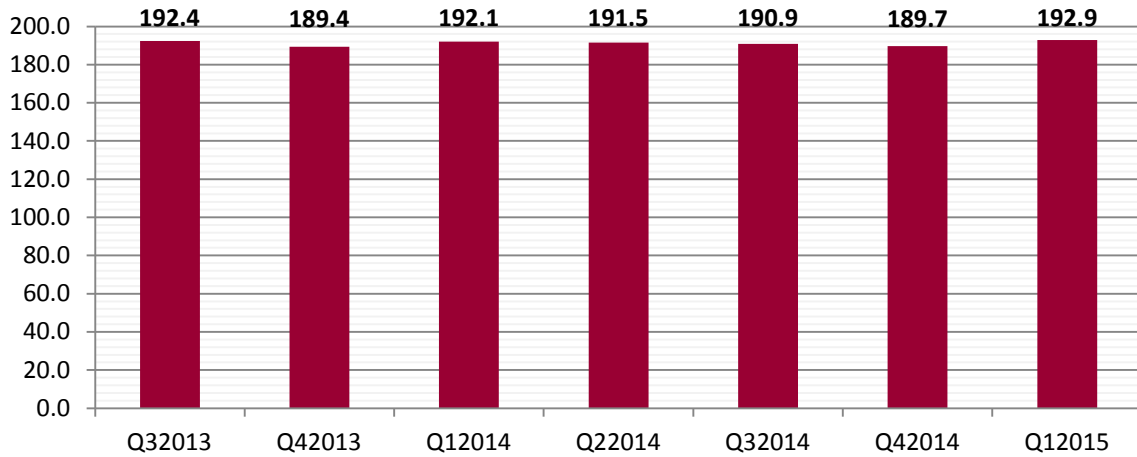
### الأسر تعبر عن تفاؤلها إزاء الوضع المستقبلي

ارتفع المؤشر الفرعي للوضع المستقبلي خلال الربع الأول 2015 للمرة الأولى بعد ثلاث تراجع متتالية بداية من الدورة الرابعة للمؤشر (الربع الثاني 2014)، وبلغ قيمة المؤشر في المتوسط (192.9) نقطة، وأشادت العينة المستجيبة بالتطورات التي يشهدها الاقتصاد القطري وحرص الدولة على تنويع مصادر الدخل، بالإضافة إلى عدم تأثر الاقتصاد بالتراجعات التي شهدتها أسواق النفط.

شكل (10)

مؤشر الوضع المستقبلي

نقطة

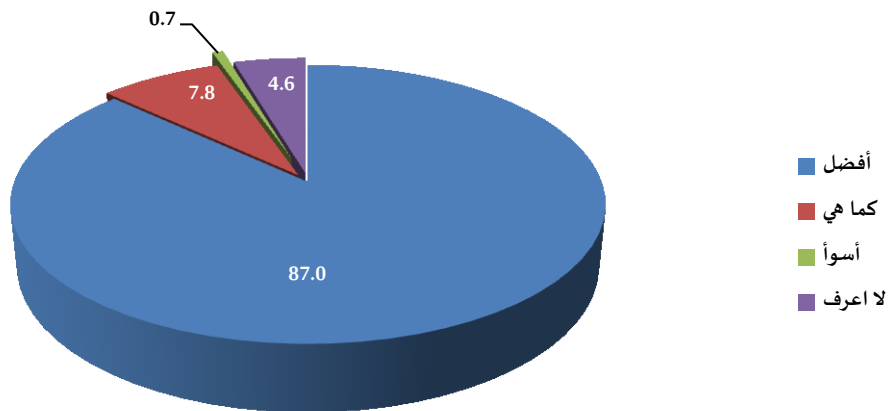


وطبقا لآراء المستهلكين في شهر مارس 2015، فقد عبر نحو (87.0%) عن توقعاتهم بشأن تحسن الحالة الاقتصادية خلال الاثني عشر شهرا المقبلة مقارنة بالوقت الحالي (فترة الاستطلاع)، وتوقع نحو (7.8%) ببقاء الوضع كما هو عليه دون تغيير يذكر.

شكل (11)

هل تتوقع أن تكون الحالة الاقتصادية في دولة قطر

أفضل أم أسوأ أم تبقى كما هي خلال الاثني عشر شهرا المقبلة مقارنة بالوقت الحالي؟



## خطة الأسرة المستقبلية لشراء مركبة جديدة

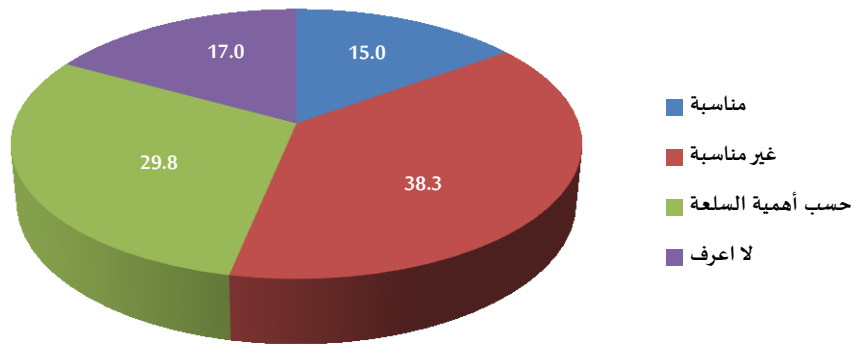
وحول مدى ملاءمة الاثني عشر شهرا المقبلة للقيام بشراء مركبة جديدة، جاءت نتائج استطلاع الرأي في شهر مارس 2015 لتشير إلى ارتفاع نسبة المستهلكين الذين لديهم اعتقاد بأن الوقت مناسب للقيام بعملية الشراء (15.0%) مقارنة بنحو (14.3%) في شهر ديسمبر 2014.

وأعلنت نسبة كبيرة منهم عن رغبتهم في القيام بالشراء نظرا لتقادم المركبة والرغبة في استبدالها بمركبة جديدة، خاصة في ظل وجود دخل يسمح باقتناء سيارة جديدة.

في الوقت نفسه، عبر نحو (38.3%) من المستهلكين الذين تم استطلاع آرائهم خلال شهر مارس 2015 عن اعتقادهم بأن الوقت غير مناسب مقارنة بما نسبته (44.1%) في شهر ديسمبر 2014، وعلى الرغم من تحسن نسبة الذين يعتقدون أن الوقت أصبح مناسباً للشراء من واقع استطلاع الرأي في شهر مارس 2015، إلا أنه من المهم الإشارة إلى أن النسبة الأكبر من العينات المستجيبة خلال الدورة الحالية للاستطلاع والدورات السابقة لديها انطباع ثابت يتمثل في ارتفاع أسعار السيارات في قطر مقارنة بأسواق دول مجلس التعاون الخليجي.

شكل (12)

هل تعتقد أن فترة الاثني عشر شهرا المقبلة ستكون مناسبة  
لشراء سيارة مثل (سيارة خفيفة،/ سيارة فان، سيارة دفع رباعي ..)؟

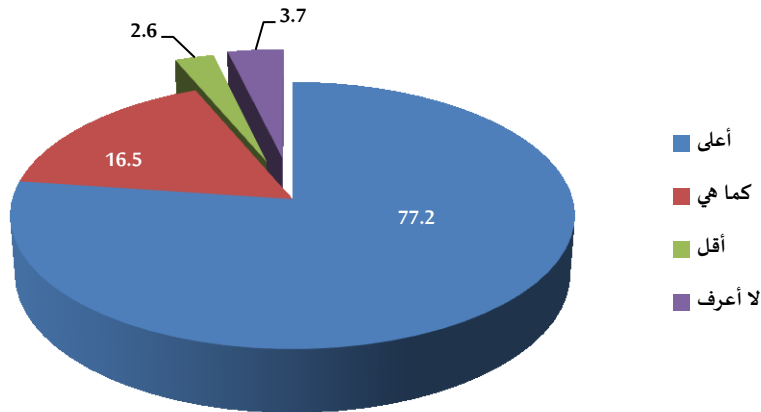


## توقعات الأسرة بشأن الأسعار المستقبلية

ومن واقع نتائج استطلاع الرأي في شهر مارس 2015، توقع نحو (77.2%) من المستهلكين بارتفاع الأسعار بشكل عام خلال فترة الاثني عشر شهرا التالية للاستطلاع بينما كانت تلك النسبة (84.6%) بحسب نتائج استطلاع الرأي في شهر ديسمبر 2014، وجاءت توقعاتهم لمعدلات الزيادة في الأسعار على النحو التالي: (14.9%) من المستهلكين يتوقعون ارتفاع الأسعار بنسبة تتراوح بين (1% - 5%)، وتوقع نحو (43.4%) زيادة الأسعار بأكثر من (5%) إلى (10%)، بينما توقع نحو (41.7%) ارتفاع الأسعار بأكثر من (10%) مقارنة بنحو (44.5%) من واقع نتائج استطلاع شهر ديسمبر 2014.

شكل (13)

بالنسبة للأسعار بصفة عامة، هل تتوقع أن تكون أعلى أم أقل أم تبقى كما هي خلال الاثني عشر شهرا المقبلة مقارنة بالوقت الحالي؟



## ملحق

2015			2014									مؤشرات ونسب
مارس	فبراير	يناير	ديسمبر	نوفمبر	أكتوبر	سبتمبر	أغسطس	يوليو	يونيو	مايو	أبريل	
المؤشر العام والمؤشرات الفرعية لثقة المستهلك (نقطة)												
187.7	184.1	182.9	180.7	182.1	182.1	183.1	183.9	183.2	184.0	186.6	184.4	مؤشر ثقة المستهلك
176.4	172.3	169.9	167.5	172.0	169.1	170.8	173.5	172.1	175.4	177.3	172.8	مؤشر الوضع الحالي
195.2	191.9	191.6	189.5	188.8	190.8	191.2	190.8	190.6	189.8	192.8	192.0	مؤشر الوضع المستقبلي
تقييم الوضع المادي الحالي (%)												
الحالة المادية للأفراد وأسرهم												
44.8	43.8	43.5	43.9	40.4	39.8	43.6	43.3	43.9	47.0	49.3	43.7	أفضل
48.3	47.3	46.5	46.3	47.6	47.6	46.6	45.9	46.3	44.8	43.3	46.7	كما هي
6.7	8.8	9.8	9.3	11.7	12.0	9.4	10.2	9.1	7.4	7.2	8.9	أسوأ
0.2	0.2	0.2	0.4	0.2	0.7	0.4	0.7	0.7	0.9	0.2	0.7	لا أعرف
تقييم الوضع الحالي (%)												
الحالة الاقتصادية												
70.7	70.0	69.8	69.6	70.2	70.0	69.3	70.7	70.4	72.2	73.9	66.7	أفضل
21.1	19.2	19.1	17.6	16.5	15.4	18.4	20.9	21.7	22.6	21.1	23.3	كما هي
3.3	3.3	5.9	7.2	5.7	6.3	7.5	5.9	5.4	2.6	2.2	3.9	أسوأ
5.0	7.5	5.2	5.7	7.6	8.3	4.8	2.6	2.4	2.6	2.8	6.1	لا أعرف
فرص العمل												
48.9	45.6	44.8	44.1	45.2	45.0	44.1	49.6	43.5	45.4	41.7	41.1	متوفرة
40.0	41.9	41.5	40.0	42.2	40.9	43.4	37.2	42.8	39.8	47.4	45.0	متوفرة إلى حد ما
7.0	8.1	8.0	8.5	8.0	8.7	8.6	9.8	8.0	10.0	8.9	8.5	غير متوفرة
4.1	4.4	5.7	7.4	4.6	5.4	4.0	3.5	5.7	4.8	2.0	5.4	لا أعرف

تقييم الوضع المستقبلي (%)												
الحالة المادية للأفراد وأسرهم												
51.3	53.5	52.6	47.8	51.3	50.9	47.8	43.9	45.0	45.9	46.1	48.3	أفضل
20.0	20.4	26.7	18.7	18.0	17.6	19.8	22.8	26.1	20.4	20.7	23.0	كما هي
3.5	4.0	4.6	4.6	3.9	4.1	4.8	4.3	4.3	4.1	3.3	5.4	أسوأ
25.2	22.1	16.1	28.9	26.7	27.4	27.6	28.9	24.6	29.6	30.0	23.3	لا أعرف
الحالة الاقتصادية												
87.0	85.4	83.7	81.7	79.6	78.9	80.8	78.9	78.0	79.8	87.4	81.3	أفضل
7.8	8.5	8.0	10.7	11.1	12.0	12.1	13.0	13.0	11.5	6.7	10.2	كما هي
0.7	0.8	2.0	1.3	0.7	0.2	2.1	1.5	1.1	1.7	1.3	0.9	أسوأ
4.6	5.2	6.3	6.3	8.7	8.9	5.0	6.5	7.8	7.0	4.6	7.6	لا أعرف
فرص العمل												
72.0	65.2	63.5	63.5	61.1	60.9	63.5	64.3	57.8	62.2	61.1	55.9	متوفرة أكثر
22.0	25.2	28.0	28.9	30.9	30.0	30.5	28.3	36.1	31.3	32.8	35.7	كما هي
1.3	1.9	1.5	1.5	3.5	3.7	1.7	2.2	2.4	2.4	2.6	2.0	تقل
4.8	7.7	7.0	6.1	4.6	5.4	4.4	5.2	3.7	4.1	3.5	6.5	لا أعرف
خطة الشراء خلال الاثني عشر شهرا المقبلة (%)												
السلع المعمرة												
32.4	32.3	28.3	27.6	28.7	28.5	27.6	33.0	32.2	36.3	33.5	32.0	مناسب
20.0	21.3	28.0	31.7	29.1	29.3	32.6	23.5	25.7	24.3	21.5	19.6	غير مناسب
38.3	36.5	35.7	34.1	32.4	34.8	35.5	37.0	36.5	31.3	36.7	38.9	على حسب أهمية السلعة
9.3	10.0	8.0	6.5	9.8	7.4	4.4	6.5	5.7	8.0	8.3	9.6	لا أعرف
السيارات												
15.0	12.3	14.6	14.3	10.0	9.8	13.4	15.0	16.1	13.9	12.8	13.9	مناسب
38.3	38.8	41.7	44.1	42.6	44.3	45.3	46.7	44.8	47.2	50.2	43.7	غير مناسب
29.8	32.9	27.2	20.9	23.7	26.5	27.3	18.9	18.0	15.2	15.2	18.5	على حسب أهمية السلعة
17.0	16.0	16.5	20.7	23.7	19.3	14.0	19.3	21.1	23.7	21.7	23.9	لا أعرف

التوقعات بشأن معدلات التضخم خلال الاثني عشر شهرا المقبلة (%)												
10.3	10.8	11.2	11.2	11.2	11.3	12.2	11.9	11.4	11.6	12.6	12.0	المتوسط
تقييم الإجراءات المتخذة من الحكومة (%)												
الإجراءات المتعلقة بالحد من التضخم والبطالة												
38.3	36.7	32.4	30.2	35.2	35.0	29.0	39.6	33.9	36.1	37.2	36.5	جيدة
41.7	41.0	43.7	42.0	39.6	37.4	48.9	37.2	43.3	38.5	40.2	37.4	مرضية إلى حد ما
12.2	13.8	13.0	15.0	14.3	17.8	15.0	14.6	14.8	13.3	11.1	15.0	غير جيدة
7.8	8.5	10.9	12.8	10.9	9.8	7.1	8.7	8.0	12.2	11.5	11.1	لا أعرف
مؤشر ثقة المستهلك (نقطة)												
حسب الحالة العمرية												
187.9	178.6	182.6	175.6	185.5	185.2	189.5	178.9	181.0	175.9	187.2	191.6	(34-18)
188.2	186.6	182.8	181.7	181.4	180.8	183.5	188.1	185.6	187.8	185.7	183.2	(54-35)
186.2	181.9	184.1	185.5	179.7	182.1	173.9	176.5	179.0	181.8	188.9	177.2	(55 فأكثر)
حسب النوع												
187.6	184.3	183.2	181.3	183.5	182.6	183.1	184.1	184.2	184.0	186.0	184.3	ذكور
190.6	179.0	175.4	173.5	154.6	171.1	182.0	180.6	164.2	186.8	197.5	185.4	إناث
حسب الجنسية												
189.3	187.8	183.6	186.0	185.6	186.5	184.2	183.8	183.9	183.2	184.7	185.5	قطري
187.2	182.8	182.7	178.9	180.6	180.5	182.6	183.9	183.0	184.2	187.1	184.0	غير قطري



## المنهجية

اعتمدت المنهجية المستخدمة بصفة أساسية في بناء مؤشر ثقة المستهلك إلى المنهجيات الدولية، وخاصة منهجيتي (Michigan University) و (Conference Board).

ويستند المؤشر في قياسه على (خمس) أسئلة يتكون منها مؤشران فرعيان، على النحو التالي:

1: مؤشر الوضع الحالي ويتكون من:

- تقييم المبحوثين للوضع الحالي للاقتصاد.
- تقييم المبحوثين لفرص العمل والتشغيل الحالية.

2: مؤشر الوضع المستقبلي ويتكون من:

- توقعات المبحوثين للوضع المستقبلي للاقتصاد (سنة لاحقة من زمن الاستطلاع).
- توقعات المبحوثين لفرص العمل والتشغيل المستقبلية (سنة لاحقة من زمن الاستطلاع).
- توقعات المبحوثين للحالة المادية لهم ولأسرهم المستقبلية (سنة لاحقة من زمن الاستطلاع).

### قيمة المؤشر

تتراوح قيمة المؤشر بين (0 - 200)، حيث يبلغ المؤشر حده الأقصى إذا كانت آراء جميع المبحوثين إيجابية، ويبلغ المؤشر مستوى الحياد (100) نقطة عندما تتساوى الآراء الإيجابية مع الآراء السلبية. أما قيمة المؤشر الأقل من (100) نقطة فتشير إلى حالة تقييم سلبية للأوضاع الاقتصادية لدولة قطر. لمزيد من المعلومات حول المنهجية، يرجى الاطلاع على العدد الأول.

الوضع الحالي: وجهة نظر المبحوث تجاه قضية معينة خلال وقت الاستطلاع مقارنةً بالاثني عشر شهراً السابقة.  
الوضع المستقبلي: وجهة نظر المبحوث تجاه قضية معينة خلال الاثني عشر شهراً المقبلة.