الإصدار الأول · 2026

دليلك في مجال

تطوير الألعاب

في السعودية

من أول لعبة إلى أول استوديو وأول منتج تجاري

محمد الحماد

مطور ومصمم ألعاب · مؤسس Studio Sadu

+10

سنوات في المجال

دليل عملي للمطور السعودي

دليلك في مجال تطوير الألعاب في السعودية

من أول لعبة إلى أول استوديو وأول منتج تجاري

الإصدار الأول | 2026

محمد الحماد

مطور ومصمم ألعاب | مؤسس Studio Sadu

حقوق النشر

© 2026 محمد الحماد. جميع الحقوق محفوظة. لا يجوز إعادة نشر أو توزيع هـذا الكتاب كاملًا أو أجزاء جوهرية منه لأغراض تجارية دون إذن صاحب الحقوق.

الإصـدار الأول: نوفمـبر 2026. هـذا الإصـدار رقمي، وقـد تصـدر تحـديثات لاحقـة لتصحيح المعلومات المتغيرة أو إضافة مصادر وتجارب جديدة.

هذا الدليل للتوعية والخبرة العملية، وليس استشارة قانونية أو مالية أو ضريبية.

إهداء

إلى كل شخص فتح محرك ألعاب لأول مرة، ونظر إلى الشاشة الفارغة وقال:

> طيب... من وين أبدأ؟

هذا الدليل لك.

قبل أن نبدأ

أنا لا أكتب هذا الكتاب لأعلّمك البرمجة، ولا لأشرح لك أين يوجد زر التشغيل في Unity أو Unreal Engine. هناك آلاف الدورات والمقاطع التي تستطيع أن تفعل ذلك أفضل مني.

هذا الكتاب يتحدث عن الجزء الذي كنت أتمنى أن أجد من يشرحه لي عندما بدأت: كيف تدخل فعلًا في مجال تطوير الألعاب في السعودية؟ كيف تعرف تخصصك؟ كيف تجد فريقًا؟ كيف تنهي لعبة بدل أن تبدأ عشر ألعاب؟ كيف تستفيد من مسابقات تطوير الألعاب والبرامج والحاضنات؟ هل تحتاج إلى تأسيس استوديو أصلًا؟ كيف تحصل على تمويل؟ وكيف تنشر لعبتك؟

بدأت رحلتي في تطوير الألعاب في 2014. خلال السنوات التالية مررت بمسابقات تطوير الألعاب، والمشاريع الصغيرة، والمشاريع التي توقفت، والبرامج والحاضنات، وبناء الفرق، والعمل مع مستقلين، وتأسيس استوديو، وتطوير ألعاب تجارية، وتجارب رقمية وصلت إلى ملايين المستخدمين والمشاهدات.

بعض القرارات نجحت، وبعضها أتمنى لو أن أحدًا حذرني منها قبل سنوات. لذلك هذا الكتاب ليس وصفة نجاح، ولا أدعي أن الطريق الذي سلكته هو الطريق الوحيد. هو محاولة لاختصار جزء من الطريق عليك.

خذ منه ما يناسبك، وتعلم من تجارب الآخرين، ثم اصنع تجربتك أنت.

المحتويات

الباب الأول: دخول مجال تطوير الألعاب 8

الفصل الأول: هل فعلًا تريد أن تصبح مطور ألعاب؟ 9

الفصل الثاني: أول لعبة لك يجب أن تكون صغيرة 10

الفصل الثالث: اصنع نموذجًا أوليًا قبل أن تصنع اللعبة 11

الفصل الرابع: الـGame Jam قد يكون أفضل مكان تبدأ منه 11

الباب الثاني: بناء اللعبة والفريق 13

الفصل الخامس: من نموذج أولي إلى لعبة حقيقية 14

الفصل السادس: لا تتمسك بشيء فقط لأنك دفعت ثمنه 14

الفصل السابع: اختبر لعبتك قبل أن تحفظها عن ظهر قلب 15

الفصل الثامن: وثيقة التصميم تخدم اللعبة 16

الفصل التاسع: الفريق أهم من الفكرة 16

الفصل العاشر: الإنتاج ليس وظيفة ثانوية 17

الباب الثالث: تطوير الألعاب في السعودية 18

الفصل الحادي عشر: السوق السعودي لم يعد هامشيًا 19

الفصل الثاني عشر: لا تصنع لعبة سعودية فقط لأنها سعودية 19

الفصل الثالث عشر: Sandouq ونجاح الفكرة الصغيرة عالميًا 20

الفصل الرابع عشر: خالة فاطمة ونموذج المطور الفردي 21

الفصل الخامس عشر: الثقافة ليست صحراء ونخلة وشماغ فقط 22

الفصل السادس عشر: لا يوجد نموذج واحد للنجاح 22

الفصل السابع عشر: المجتمع ليس منافسك 23

الفصل الثامن عشر: العلاقات جزء من المجال 23

الباب الرابع: البرامج والتمويل وتأسيس الاستوديو 25

الفصل التاسع عشر: لا تبدأ بتأسيس شركة 26

الفصل العشرون: الحاضنات والمسرعات أدوات وليست إنجازًا نهائيًا 26

الفصل الحادي والعشرون: ماذا تأخذ من المسرعة فعلًا؟ 27

الفصل الثاني والعشرون: التمويل ليس نجاحًا 27

الفصل الثالث والعشرون: لا تصرف مالًا لم يدخل الحساب 28

الفصل الرابع والعشرون: أكبر عدو للاستوديو الصغير هو معدل الإنفاق 28

الفصل الخامس والعشرون: العقود ليست لأنك لا تثق بالناس 29

الفصل السادس والعشرون: احمِ الملكية الفكرية 29

الفصل السابع والعشرون: افصل بين أموالك وأموال الشركة 30

الباب الخامس: السوق والنشر 31

الفصل الثامن والعشرون: ابحث عن السوق قبل أن تقضي سنة في التطوير 32

الفصل التاسع والعشرون: وجود منافس ليس خبرًا سيئًا 32

الفصل الثلاثون: PC أم Mobile أم Roblox؟ 32

الفصل الحادي والثلاثون: Steam ليس زر رفع اللعبة 33

الفصل الثاني والثلاثون: صفحة المتجر جزء من المنتج 34

الفصل الثالث والثلاثون: التسويق يبدأ أثناء التطوير 34

الفصل الرابع والثلاثون: لا تسوّق شركتك قبل لعبتك 35

الباب السادس: الوظيفة والمسار المهني 36

الفصل الخامس والثلاثون: هل تحتاج شهادة جامعية؟ 37

الفصل السادس والثلاثون: ملف الأعمال أهم من الكلام عن المهارات 37

الفصل السابع والثلاثون: خطة أول سنة 37

الباب السابع: بناء استوديو مستدام 39

الفصل الثامن والثلاثون: لا تجعل نجاحًا خارقًا شرطًا لبقاء الاستوديو 40

الفصل التاسع والثلاثون: اعرف أرقام شركتك 40

الفصل الأربعون: لا تخف من إيقاف مشروع 40

الفصل الحادي والأربعون: الفشل السريع أرخص 41

الفصل الثاني والأربعون: Publisher أم نشر ذاتي؟ 41

الفصل الثالث والأربعون: الذكاء الاصطناعي أداة 42

الفصل الرابع والأربعون: الأشياء التي أتمنى أن يقولها لي أحد 42

الباب الأول

دخول مجال تطوير الألعاب

ابدأ بالصناعة قبل أن تنشغل بالمسميات.

الفصل الأول | هل فعلًا تريد أن تصبح مطور ألعاب؟

أول خطأ يقع فيه بعض الداخلين للمجال هو الاعتقاد أن حب الألعاب يعني بالضرورة حب تطوير الألعاب. الاثنان مختلفان. عندما تلعب تحصل على التجربة النهائية، أما عندما تطور لعبة فقد تقضي يومًا كاملًا في تعديل حركة باب، وأسبوعًا في نظام حفظ، وشهرًا في ميكانيكية تكتشف لاحقًا أنها غير ممتعة وتحذفها بالكامل.

تطوير الألعاب يجمع البرمجة والتصميم والرسم والتحريك والصوت والكتابة والإنتاج وإدارة المشاريع والتسويق وإدارة الأعمال. ولهذا فإن كلمة «مطور ألعاب» لا تعني وظيفة واحدة.

من التخصصات الشائعة: Game Designer (مصمم ألعاب)، Gameplay Programmer (مبرمج أسلوب اللعب)، Level Designer (مصمم مراحل)، Technical Artist (فنان تقني)، UI/UX Designer (مصمم واجهة وتجربة المستخدم)، Narrative Designer (مصمم سرد قصصي)، Sound Designer (مصمم صوت)، Producer (منتج)، وQA Tester (مختبر جودة).

أنا شخصيًا لم أبدأ وأنا أعرف أين سيكون مكاني بالضبط. ومع الوقت اكتشفت أن أكثر ما يناسبني هو تصميم الألعاب، وبناء الأنظمة، والتوجيه الإبداعي، والإنتاج، وإدارة المشاريع والتسويق. التجربة هي التي تكشف ذلك.

لا تقضِ سنة كاملة في المقارنة بين المحركات والأدوات ولغات البرمجة قبل أن تجرب. في الجهة الأخرى يوجد شخص صنع خلال السنة نفسها عدة ألعاب صغيرة. بعد سنة، غالبًا الشخص الثاني يعرف نفسه والمجال أكثر، لأنه صنع ألعابًا.

> إذا كنت في البداية، هدفك الأول ليس أن تصبح خبيرًا. هدفك أن تنهي لعبة.

الفصل الثاني | أول لعبة لك يجب أن تكون صغيرة

كل مطور تقريبًا لديه لعبة أحلام: عالم مفتوح، قصة طويلة، لعب جماعي، عشرات الشخصيات، أسلحة، سيارات، شجرة مهارات، وأنظمة كثيرة. وهذه غالبًا أسوأ لعبة تبدأ بها.

كل ميكانيكية جديدة لا تعني ساعات إضافية من البرمجة فقط. هي تحتاج تصميمًا وواجهة ورسومًا وصوتًا واختبارًا وتوازنًا وشرحًا للاعب، ثم تبدأ الأنظمة في التفاعل مع بعضها.

لهذا واحدة من أهم المهارات هي فهم Scope (نطاق المشروع)، أي معرفة الحجم الذي يستطيع فريقك تنفيذه فعلًا. الفكرة التي تبدو صغيرة على الورق قد تصبح ضخمة عندما تبدأ في تنفيذ تفاصيلها.

تغيير أحد أعضاء الفريق، أو إعادة بناء نظام أساسي، أو قرار تصميم غير موفق يستطيع أن يعيد المشروع أشهرًا إلى الخلف. ولهذا أصبحت مع الوقت أميل أكثر إلى اختبار الأفكار سريعًا قبل وضع موارد كبيرة فيها.

> فكرة 7 من 10 تستطيع إنهاءها أفضل من فكرة 10 من 10 لا تستطيع تنفيذها.

الفصل الثالث | اصنع نموذجًا أوليًا قبل أن تصنع اللعبة

قبل أن تبني اللعبة كاملة، ابنِ Prototype (نموذجًا أوليًا). النموذج الأولي لا يحتاج إلى أن يكون جميلًا، ولا يحتاج شعارًا أو قائمة رئيسية أو عشر شخصيات.

هدفه الإجابة عن سؤال واحد: هل الفكرة الأساسية ممتعة؟ إذا كانت لديك لعبة قيادة مثلًا، ضع سيارة وطريقًا وهدفًا واختبر القيادة. إذا لم تكن القيادة ممتعة وهي مجرد أشكال مؤقتة، فالرسومات الجميلة لن تحل المشكلة الأساسية.

ابدأ بأقل شيء تستطيع من خلاله اختبار الفكرة. ثم اسأل: هل أريد أن ألعبها مرة أخرى؟ هل الشخص الذي جربها فهمها؟ هل ظهرت لحظة ممتعة فعلًا؟ إذا كانت الإجابة نعم، ابدأ البناء عليها.

الفصل الرابع | الـGame Jam قد يكون أفضل مكان تبدأ منه

Game Jam (تحدي تطوير ألعاب) هو فعالية أو مسابقة تطلب منك صناعة لعبة خلال مدة زمنية محـدودة. دخلت أول Game Jam لي في 2016، وفي رأيي هـذه التجارب من أسرع الطرق لتعلم تطوير الألعاب.

في الـGame Jam لا تملك رفاهيـة التخطيـط للأبـد. هنـاك وقت محـدود وفكـرة وفريق وموعد نهائي، وفي النهايـة يجب أن توجـد لعبـة تعمـل. تتعلم كيـف تتخلى عن الأفكار، وكيف تعمل مع الآخرين، وكيف تقرر بسرعة، وكيف تعرف الفرق بين «فكرة جميلة» و«فكرة نستطيع تنفيذها قبل الموعد».

وفي السعودية أصبحت بعض مسابقات تطوير الألعاب مدخلًا إلى برامج احتضـان وتطوير أكبر. برنـامج Saudi Game Champions مثلًا اسـتخدم الـGame Jam كمرحلة لاختيار فرق تنتقل بعدها إلى الاحتضان وتطوير مشاريعها.

- مختبر لأفكارك
- مكان لبناء فريق
- طريقة لبناء ملف أعمالك
- فرصة لبناء العلاقات

> تعلم إنهاء لعبة صغيرة أهم من تعلم بدء مشروع ضخم.

الباب الثاني

بناء اللعبة والفريق

الفكرة وحدها لا تكفي، التنفيذ هو الاختبار الحقيقي.

الفصل الخامس | من نموذج أولي إلى لعبة حقيقية

يوجد فرق ضخم بين «الميكانيكية تعمل» و«لدينا لعبة». قد يحتوي النموذج الأولي على سيارة تتحرك، لكن اللعبة تحتاج إلى سبب للقيادة، وهدف، وتحديات، وتقدم، وصوت، وواجهة، وحفظ، وإعدادات، وحالات فوز وخسارة.

في مشروع Stranded Rescue مثلًا، الفكرة الأساسية يمكن وصفها ببساطة: تقود مركبة في بيئة صحراوية وتنقذ الأشخاص العالقين بينما تواجه مخاطر مختلفة. لكن بمجرد تحويلها إلى لعبة تبدأ الأسئلة: كيف يجب أن تشعر القيادة؟ ماذا يحدث إذا علقت السيارة؟ كيف يعمل حبل السحب؟ ما الذي يجعل اللاعب يدخل جولة أخرى؟ وكيف تدخل المخلوقات المستوحاة من الموروث الشعبي دون أن تتحول اللعبة إلى أفكار متفرقة؟

هنا يبدأ خطر Scope Creep (تضخم نطاق المشروع)، أي أن يستمر المشروع في النمو لأن كل أسبوع توجد فكرة جديدة تبدو جميلة. وهذا من أسرع الطرق لتحويل مشروع صغير إلى مشروع لا ينتهي.

الفصل السادس | لا تتمسك بشيء فقط لأنك دفعت ثمنه

في مرحلة من مراحل Stranded Rescue اضطررنا إلى إعادة النظر في أجزاء كبيرة من المشروع مع تغير الفريق واتجاه التطوير. هذه القرارات مؤلمة، لأنك قد تكون دفعت مقابل كود أو رسوم أو قضيت أشهرًا في نظام معين.

الخطأ هو أن تقول: دفعنا عليه، إذًا يجب أن نستخدمه. السؤال الصحيح: لو لم يكن هذا الشيء موجودًا اليوم، هل سأدفع لإضافته إلى اللعبة؟ إذا كانت الإجابة لا، فقد يكون حذفه أفضل.

الوقت والمال الذي صرفته سابقًا لن يعود، لكن تستطيع حماية الوقت والمال الذي ستصرفه بعد اليوم.

> لا تجعل تكلفة الأمس تحدد قرار الغد.

الفصل السابع | اختبر لعبتك قبل أن تحفظها عن ظهر قلب

عندما تعمل على لعبة لأشهر تبدأ في فهمها أكثر من اللاعب. تعرف أن الباب يفتح بزر معين، وتعرف أين تذهب، وتعرف معنى كل أيقونة. ثم تعطي اللعبة لشخص لأول مرة ولا يعرف شيئًا.

هنا يبدأ Playtesting (اختبار اللعب). راقب اللاعب ولا تساعده مباشرة. إذا ضاع فهذه معلومة. إذا لم ير الزر فهذه معلومة. إذا حاول فعل شيء لم تفكر فيه فهذه معلومة. وإذا شعر بالملل بعد خمس دقائق فهذه معلومة مهمة جدًا.

من السهل أن ندافع عن اللعبة ونقول «أنت مـا فهمت» أو «اللعبـة تصـير ممتعـة بعد المرحلة الثالثة». لكن اللاعب لا يـدين لنـا بالصـبر. إذا لم يفهم جـزءًا مهمًـا من التجربة، علينا نحن أن نسأل لماذا.

الفصل الثامن | وثيقة التصميم تخدم اللعبة

GDD أو Game Design Document (وثيقة تصـميم اللعبـة) هي الوثيقـة الـتي توضح فكرة اللعبة وأنظمتها وآلياتها. أنا مؤمن بأهميتها، لكن لا أعتقد أنـك تحتـاج إلى كتابة 120 صفحة قبل أن تعرف هل لعبتك ممتعة أصلًا.

ابدأ بوثيقة صغيرة تحتوي على فكـرة اللعبـة، والجمهـور، والمنصـة، وحلقـة اللعب الأساسية، والأنظمة الرئيسية، والمراجع، ونطاق المشروع، وما الذي يجعـل اللعبـة مختلفة. بعدها وسع الوثيقة مع تطور المشروع.

الوثيقة ليست عقدًا مـع الفكـرة الأولى. إذا أثبت اختبـار اللعب أن شـيئًا لا يعمـل، غيّره. اللعبة أهم من الوثيقة.

الفصل التاسع | الفريق أهم من الفكرة

مع الوقت اكتشفت أن الفكرة نادرًا ما تكون أصـعب جـزء. التنفيـذ هـو الأصـعب، والتنفيذ يعتمد على الأشخاص. يمكن أن يكـون لـديك تصـور ممتـاز، لكن إذا كـان الفريق لا يستطيع الالتزام أو التواصل أو إنهاء العمل فلن تنقذك الفكرة.

من الطبيعي في البداية أن تعمل مع أصدقاء، لكن الصديق الجيـد ليس بالضـرورة شـريك عمـل جيـدًا. والفنـان الممتـاز ليس بالضـرورة مناسـبًا لفريقـك. والمـبرمج الممتاز تقنيًا قد يكون ضعيفًا في التواصل.

ابحث عن القدرة، والالـتزام، والتواصـل، والتوافـق. أحيانًـا يكـون شـخص جيـد في تخصصه ويسلم عمله ويتواصل باستمرار أكثر قيمة للمشروع من شـخص عبقـري لا تعرف متى يظهر.

ولا تؤجل المحادثات الصعبة. إذا كان المستوى غير كافٍ، أو نطـاق المشـروع أكـبر من قدراتكم، أو التكلفة غير قابلة للتحمل، فجزء من الإدارة هو قول ذلك مبكرًا.

الفصل العاشر | الإنتاج ليس وظيفة ثانوية

بعض الفرق الصغيرة لديها مبرمج وفنان ومصمم، لكن لا يوجـد أحـد مسـؤول عن سير المشروع. فيبدأ كل شخص بالعمل على الشيء الذي يحبه، وبعد ثلاثة أشهر لا توجد نسخة مستقرة من اللعبة.

هنا يأتي دور Production (إدارة الإنتاج). حتى لو كان الفريق ثلاثة أشـخاص يجب أن يوجد من يسأل: ما هدف هذا الأسبوع؟ مـا الـذي يجب أن يصـبح قـابلًا للعب؟ من المسؤول؟ ما الذي يعطلنا؟ ما الشيء الذي يمكن حذفه؟ وما المرحلة التالية؟

العمل الكثير لا يعني دائمًا أن المشروع يتقدم.

الباب الثالث

تطوير الألعاب في السعودية

افهم البيئة المحلية، لكن فكر في السوق الأوسع.

الفصل الحادي عشر | السوق السعودي لم يعد هامشيًا

عنـدما بـدأت لم يكن المشـهد كمـا هـو اليـوم. في 2022 أطلقت المملكـة الاسـتراتيجية الوطنيـة للألعـاب والرياضـات الإلكترونيـة، والـتي تسـتهدف بحلـول 2030 مساهمة تتجاوز 50 مليار ريال في الناتج المحلي، وأكثر من 39 ألف فرصـة عمـل، وأكـثر من 30 لعبـة منافسـة عالميًـا، والوصـول إلى 250 شـركة ألعـاب في المملكة.[1]

هذه أرقام كبيرة، لكن وجود استراتيجية واستثمارات وملايين اللاعـبين لا يعـني أن أي لعبة سعودية ستنجح. السوق فرصة، وليس ضمانًا.

اللاعب لا يشـتري خطتـك ولا قصـة تأسـيس الاسـتوديو. يشـتري تجربـة يريـد أن يلعبها.

الفصل الثاني عشر | لا تصنع لعبة سعودية فقط لأنها سعودية

من أكثر الأفكار التي أؤمن بها اليوم: الثقافة عنصر قوة، وليست بـديلًا عن المتعـة. اللاعب لن يستمر في لعبة سيئة لأنها تحتـوي على شـماغ، ولن يشـتري لعبـة غـير ممتعة لأنها تصور الرياض.

ابدأ بالسؤال: هل اللعبة ممتعة؟ هل يوجـد جمهـور لهـذا النـوع؟ هـل لـدينا سـبب يجعل اللاعب يختارها؟ بعدها اسأل: كيف تجعل ثقافتنا اللعبة أكثر تميزًا؟

لدينا في السعودية أمثلة ناجحة بطرق مختلفة. UMX بدأ رحلته في 2014 مع Climbing Sand Dune، ووفق موقع الاستوديو تصدرت اللعبة المتاجر الرقمية خلال 12 ساعة، وتجاوزت ألعاب UMX لاحقًا 100 مليون تحميل.[2]

كملنا أخذت تجربة اجتماعية موجودة أصلًا في المنطقة، وهي ألعاب الورق وعلى رأسها البلوت، وحولتها إلى منتج رقمي طويل العمر. في 2025 أعلنت Impact46 استثمارًا يتجاوز 200 مليون ريال في كملنا، وذكرت أن ألعاب الاستوديو تجاوزت 6 ملايين تحميل مع أكثر من مليون مستخدم نشط شهريًا.[3]

الثقافة في هذه النماذج لم تكن زينة توضع فوق المنتج. كانت جزءًا من فهم الجمهور والمنتج نفسه.

> الثقافة قيمة مضافة. المتعة هي الأساس.

الفصل الثالث عشر | **Sandouq** ونجاح الفكرة الصغيرة عالميًا

في أغسطس 2026 صدرت Sort Them Ducks على Steam، وهي لعبة ذات فكرة واضحة تقوم على ترتيب وتجميع آلاف البطات المطاطية. المطور مسجل باسم Mr.Duck والناشر Sandouq Studio.

بعد شهر من الإطلاق أعلن Sandouq أن اللعبة تجاوزت 130 ألف نسخة مباعة، و 200 ألـف إضـافة إلى قائمـة الرغبـات، وأكـثر من 50 مليـون مشـاهدة للمحتـوى المرتبط بها.[4]

هذا المثال مهم لأنه يثبت أن نجاح لعبـة سـعودية لا يشـترط أن تكـون اللعبـة عن السعودية. يمكن لفريق سـعودي أن يصـل إلى السـوق العـالمي بمنتج مبـني على فكرة بسيطة، ونطاق مضبوط، وهوية قابلة للتسويق.

حجم اللعبة لا يساوي حجم الفرصة. أحيانًا تكون الفكرة الصـغيرة المنفـذة بالشـكل الصحيح فرصة تجارية أفضل من مشروع ضخم يصعب إنهاؤه وتسويقه.

الفصل الرابع عشر | خالة فاطمة ونموذج المطور الفردي

من الأمثلة المهمة تجربة المطور المستقل عبدالله آل حمد (DRTH) مع لعبة خالة فاطمة Aunt Fatima. صـدرت اللعبـة على Steam في 31 أكتـوبر 2024، ويظهـر عبدالله على صفحة Steam كمطور وناشر للعبة.[5]

اللعبة أخذت قـالب رعب معروفًـا وقدّمتـه من داخـل بيئـة سـعودية واضـحة، مـع منزل وتفاصيل محلية ولغة عربية وشخصية سهلة التـذكر. وحصـلت على جـائزتي Best Saudi Indie Game 2024 وBest Arab Game Developed 2024، كما تعرض صفحة Steam تقييمًا «إيجابيًا جدًا» من المستخدمين.[5]

التجربة تذكرنا بأن المطور الواحد يستطيع الوصول إلى السوق بمنتج تجاري كامل إذا كان نطاق المشروع مناسبًا لقدراته. المشروع الأصغر والمنشور فعلًا قد يكون أهم لمسيرتك من مشروع أحلام ضخم يبقى لسنوات داخل ملفات جهازك.

الفصل الخامس عشر | الثقافة ليست صحراء ونخلة وشماغ فقط

عندما نقول «لعبة سعودية» من السهل أن نذهب مباشرة إلى الرموز الواضحة: صحراء، خيمة، دلة، تمر. لكن الثقافة أوسع بكثير.

يمكن أن تكون الثقافة طريقة الحديث، والفكاهة، والمجلس، والمواقف الاجتماعية، وذكريات المدرسة، والحارات، والسيارات، والقصص الشعبية، والخرافات، والمناسبات، والأكل، والموسيقى، والعلاقات بين الأشخاص.

في إحدى تجاربنا، قدام الرياجيل، لم نحتج إلى عالم ضخم أو قصة طويلة. كانت تجربة اجتماعية بسيطة مبنية على موقف يعرفه الناس، ووصلت إلى ملايين المشاهدات والاستخدامات.

أحيانًا أفضل محتوى ثقافي ليس الذي يشرح الثقافة، بل الذي يجعل الشخص يقول: «هذا حنا».

الفصل السادس عشر | لا يوجد نموذج واحد للنجاح

UMX يمثل نموذجًا بنى نجاحًا طويلًا في ألعاب السيارات والهواتف. كملنا تمثل نموذجًا حول تجربة اجتماعية محلية إلى منتج رقمي واسع. Sandouq يقدم

نموذجًا لاستوديو مستقل استطاع الوصـول إلى سـوق Steam العـالمي. وعبداللـه آل حمد يقدم نموذجًا لمطور فردي نشر منتجًا تجاريًا باسمه.

هـذه النمـاذج مختلفـة في المنصـة، والجمهـور، وحجم الفريـق، وطبيعـة المنتج وطريقة تحقيق الدخل. وهذا هو الدرس: لا يوجد طريق سعودي واحد لبناء مسـيرة ناجحة في تطوير الألعاب.

وقد لا تحتاج أصلًا إلى تأسيس استوديو من أول يـوم. ابنِ النمـوذج الـذي يناسـب قدراتك وسوقك.

الفصل السابع عشر | المجتمع ليس منافسك

لو نجحت لعبة سعودية فهذا لا يقلل فرص لعبتك. عندما يرى ناشر أو مسـتثمر أو لاعب عالمي مجموعة من الألعاب الجيدة قادمة من السعودية، يبدأ في النظـر إلى المملكة كمصدر للمواهب والمنتجات والفرص.

نجاح اسـتوديو آخـر قـد يفتح بابًـا لـك. الألعـاب ليسـت سـوقًا فيـه جـائزة واحـدة، واللاعب يستطيع شراء لعبتك ولعبة استوديو سعودي آخر في اليوم نفسه.

ولهـذا أؤمن بالتعـاون والتكـاتف داخـل القطـاع، مـع بقـاء كـل شـركة مسـتقلة في أهدافها ومصالحها.

الفصل الثامن عشر | العلاقات جزء من المجال

Networking (بناء العلاقـات المهنيـة) لا يعـني البحث عن واسـطة، ولا يعـني أن تدخل على شخص لا تعرفه وتسأله مباشرة عن وظيفة.

العلاقة الجيدة تبدأ قبـل أن تحتـاج شـيئًا. جـرب ألعـاب الآخـرين، أعـط ملاحظـات مفيدة، شارك فرصًا، احضر الفعاليات، اعرض مشروعك، شارك معرفتك، وساعد في تنظيم شيء عندما تستطيع.

الكثير من الفرص تبدأ عندما يقول أحدهم: «أعرف شخصًا مناسـبًا لهـذا الشـيء». اجعل الناس يعرفون ماذا تستطيع أن تقدم.

الباب الرابع

البرامج والتمويل وتأسيس الاستوديو

التمويل أداة، والاستوديو مسؤولية قبل أن يكون لقبًا.

الفصل التاسع عشر | لا تبدأ بتأسيس شركة

قد يبدو هذا غريبًا، لكنني لا أنصح شخصًا لم ينه لعبة واحدة بـأن تكـون أول خطـوة لـه اسـم اسـتوديو وشـعار وموقـع ولقب CEO أو Founder. كـل هـذا أسـهل من صناعة اللعبة.

قبل أن تقول «عندي استوديو ألعاب» اسأل: ماذا نصنع؟ لمن؟ هل نستطيع إنهـاء منتج؟ هل نستطيع العمل معًا؟ كيف سنحقق دخلًا؟ ومن سيدفع تكاليف الأشـهر القادمة؟

إذا لم تكن الإجابات واضحة فلا توجد مشكلة. ابدأوا كفريق، اصنعوا ألعابًا، اختـبروا طريقة عملكم، ثم أسسوا كيانًا عندما يصبح له سبب حقيقي.

الفصل العشرون | الحاضنات والمسرعات أدوات وليست إنجازًا نهائيًا

شهدت السعودية خلال السنوات الأخيرة عددًا متزايـدًا من بـرامج تطـوير الألعـاب والحاضنات والمسرعات. شاركت شخصيًا في عـدة بـرامج مختلفـة، وكـل برنـامج منها كان له أثر مختلف.

لكن من الأشياء التي تعلمتها: لا تتحول إلى شخص يجمـع شـهادات الـبرامج بـدل أن يبني ألعابًا.

إذا دخلت حاضنة أو مسرعة فحاول أن تخرج منها بشيء ملموس: لعبة أفضل، نموذج قابل للعب، علاقات، صفحة متجر، عملاء، ناشر محتمل، مستثمر محتمل، فهم أفضل للسوق، أو شركة أكثر تنظيمًا. الشهادة جميلة، لكنها ليست المنتج.

الفصل الحادي والعشرون | ماذا تأخذ من المسرعة فعلًا؟

المعلومة النظرية أصبحت متاحة في كل مكان. لذلك حاول أن تستفيد من الأشياء التي يصعب الحصول عليها وحدك مثل Mentorship (إرشاد متخصص)، والتعريف بناشرين أو مستثمرين، واختبارات اللعب، ومراجعة العقود، ومراجعة نموذج العمل، وخبرة أشخاص سبق لهم نشر ألعاب تجارية.

وعندما تجلس مع خبير لا تسأله فقط «وش رأيك في اللعبة؟». أعطه شيئًا محددًا: هذه أرقامنا، هذه تكلفة المشروع، هذه قائمة الرغبات، هذه نتائج الاختبار، وهذا نموذج الدخل. أين ترى المشكلة؟

كلما كان السؤال أفضل، أصبحت قيمة الجلسة أكبر.

الفصل الثاني والعشرون | التمويل ليس نجاحًا

عندما تدخل عالم الشركات ستسمع استثمارًا ومنحًا ومسرعات وتقييمات وجولات استثمارية. وقد تشعر أن الاستوديو الذي حصل على تمويل قد نجح. ليس بالضرورة.

الاستثمار ليس إيرادًا من العملاء. هو أداة لتمويل النمو، وغالبًا يـأتي مقابـل حصـة أو حقوق أو توقعـات والتزامـات. والمنحـة أيضًـا قـد تحتـوي على شـروط ومراحـل ومستهدفات.

المال يستطيع تسريع شركة جيدة، لكنه يستطيع كـذلك جعـل شـركة غـير واضـحة تحرق المال بسرعة أكبر. السؤال الصحيح ليس: كم نستطيع أن نحصل؟ بـل: مـاذا سنفعل بهذا المال؟

الفصل الثالث والعشرون | لا تصرف مالًا لم يدخل الحساب

واحدة من القواعد التي أصبحت أؤمن بها بشدة: لا تبنِ التزامات ثابتة على أمـوال تتوقع وصولها مسـتقبلًا. اسـتثمار أو منحـة أو دفعـة عميـل أو جـائزة ليسـت نقـدًا متاحًا حتى تدخل الحساب.

إذا كانت لديك رواتب والتزامات شهرية فخطط بناءً على المال الـذي تملكـه الآن. إذا وصل التمويل لاحقًا، ممتاز. أما أن تتعامل معه وكأنه موجود قبل وصوله فهذه مخاطرة.

> النقد الموجود هو الحقيقة التشغيلية. **Cash is reality**.

الفصل الرابع والعشرون | أكبر عدو للاستوديو الصغير هو معدل الإنفاق

Burn Rate (معدل الإنفاق الشهري) هو مقدار المال الذي تستهلكه الشركة خلال شهر. إذا كان لديك 100,000 ريـال وتصـرف 20,000 ريـال شـهريًا، فـأنت تملـك خمسة أشهر من الوقت.

وهنا يأتي مفهوم Runway (المدة التي تستطيع الشركة الاستمرار خلالها قبل نفاد السيولة). التفكير بهذه الطريقة يغير قرارات كثيرة: هل نحتاج موظفًـا جديـدًا الآن؟ هل نحتاج مكتبًـا؟ هـل هـذه المـيزة تسـتحق شـهرًا إضـافيًا؟ هـل يمكن اسـتخدام مستقل؟

الشركات لا تتوقف عندما تنتهي الأفكار. تتوقف غالبًا عندما ينتهي النقد.

الفصل الخامس والعشرون | العقود ليست لأنك لا تثق بالناس

من أكثر الجمل التي يجب الحذر منها في المشـاريع الإبداعيـة: «كلنـا أخويـا»، «مـا يحتاج عقد»، «نتفاهم بعدين». المشكلة تبدأ غالبًا عندما يصبح المشروع ذا قيمة.

من يملك اللعبة؟ من يملك الكـود؟ هـل الرسـومات ملـك للفنـان أم للشـركة؟ من يملك الملفات الأصلية؟ ماذا يحدث إذا خرج أحد المؤسسين؟ هل للمستقل نسبة من الإيرادات أم دفعة ثابتة؟ هل الموسيقى مرخصة تجاريًا؟

العقد لا يعني أنك لا تثق بالشخص. العقد يعني أنكما لا تريدان تـذكر اتفـاق عمـره ثلاث سنوات بطريقتين مختلفتين.

الفصل السادس والعشرون | احمِ الملكية الفكرية

IP أو Intellectual Property (الملكية الفكرية) قد تصبح أهم من اللعبة نفسها. عندما تصنع اسمًا وشخصية وعالمًا وقصة وعلامة، فأنت قد تبني أصلًا يستطيع التوسع إلى أجزاء جديدة ورسوم متحركة وقصص مصورة ومنتجات وتراخيص.

نظم الملكية منذ البداية، واقرأ تراخيص الأصول والخطوط والموسيقى التي تستخدمها. شراء أصل رقمي لا يعني دائمًا أنك تستطيع استخدامه بأي طريقة.

الهيئة السعودية للملكية الفكرية توفر خدمة تسجيل المصنفات المكتوبة وبرمجيات وتطبيقات الحاسب وغيرها لتوثيق المصنفات وفق متطلبات الخدمة. [6]

الفصل السابع والعشرون | افصل بين أموالك وأموال الشركة

عندما يبدأ النشاط التجاري في تحقيق إيرادات لا تجعل كل شيء مختلطًا في حسابك الشخصي. نظم الحسابات والمصروفات والفواتير والعقود والرواتب والالتزامات الحكومية.

ولا تعتمد على مطور ألعاب آخر كمصدر نهائي في الضرائب والمحاسبة. في السعودية يبلغ حد التسجيل الإلزامي الحالي في ضريبة القيمة المضافة 375,000 ريال من التوريدات السنوية الخاضعة للضريبة، بينما يبدأ نطاق التسجيل الاختياري من 187,500 ريال وفق شروط الهيئة.[7]

تعلم الأساسيات، ثم استشر مختصًا بشأن حالتك.

الباب الخامس

السوق والنشر

اللعبة منتج، والسوق جزء من عملية التصميم.

الفصل الثامن والعشرون | ابحث عن السوق قبل أن تقضي سنة في التطوير

المطور يحب أن يبدأ بالمحرك، لكن المنتج التجاري يبدأ أيضًا بالسوق. قبل أن تعتمد لعبة تجارية ابحث عن الألعاب المشابهة، وأسعارها، وعدد مراجعاتها، وهل يوجد جمهور واضح، وهل يستطيع فريقك الوصول إلى جودة مقبولة مقارنة بالمنافسين.

لا تحتاج إلى دراسة من مئة صفحة. تحتاج إلى معلومات كافية لاتخاذ قرار. إذا كنت تبني لعبة قيادة مستقلة صغيرة فلا تقارنها بـGTA. قارنها بألعاب قريبة منك في النوع والسعر وحجم الفريق والجمهور ومدة اللعب وحجم الإنتاج.

الفصل التاسع والعشرون | وجود منافس ليس خبرًا سيئًا

بعض المطورين يفرح عندما يقول «ما فيه أي لعبة مثل فكرتي». قد يكون هذا ممتازًا، وقد يكون علامة تحذير. ربما اكتشفت شيئًا جديدًا، وربما لا يوجد أحد يصنع هذا النوع لأن الجمهور لا يشتريه.

وجود المنافسين يعني غالبًا أن هناك طلبًا مثبتًا. السؤال الأفضل ليس «هل لدي منافس؟» بل «لماذا سيختارني اللاعب بينهم؟».

الفصل الثلاثون | **PC** أم **Mobile** أم **Roblox**؟

لا توجد منصة أفضل للجميع. هناك منصة أنسب للمنتج.

الحاسب الشخصي PC مناسب للألعاب المستقلة المدفوعة والتجارب المتخصصة. Steam يتيح لك الوصول إلى سوق عالمي، لكن المنافسة شديدة.

الهواتف Mobile سوقها ضخم، لكن الألعاب التجارية للهواتف تحتاج إلى فهم عميق للاحتفاظ باللاعبين وتحقيق الدخل والتحديثات المستمرة. اللعبة المجانية ليست «ننزلها مجانًا وبعدين نشوف»، بل نموذج عمل كامل.

Roblox قد يكون مناسبًا للألعاب الاجتماعية والتنافسية والموجهة إلى جمهور أصغر أو التي تعتمد على اللعب المستمر والتطور، لكنها ليست مجرد نسخة أسهل أو أرخص من تطوير الألعاب. لها جمهورها واقتصادها وطريقة اكتشاف الألعاب الخاصة بها.

صمم للمنصة التي اخترتها. لا تصنع لعبة ثم تحاول إجبارها على منصة لا تناسبها.

الفصل الحادي والثلاثون | **Steam** ليس زر رفع اللعبة

عندما تنشر أول لعبة تجارية على الحاسب ستكتشف أن Steamworks جزء من العملية التجارية نفسها. حاليًا تبلغ رسوم Steam Direct مبلغ 100 دولار لكل منتج، ويمكن استردادها ضمن الدفعات بعد أن يحقق المنتج 1,000 دولار من Adjusted Gross Revenue وفق شروط Valve.[8]

لكن الرسوم هي الجزء السهل. ستحتاج إلى بيانات قانونية، وحساب بنكي، وبيانات ضريبية، وصفحة متجر، وصور، وعرض مرئي، ووصف، وتصنيفات، ونسخة قابلة للمراجعة.

ومن تجربتنا تستطيع التفاصيل الإدارية أن توقفك حتى لو كانت اللعبة جاهزة: اسم الشركة، وطريقة كتابته في البنك، والمستندات، واللغة الموجودة في الوثيقة. لذلك ابدأ إجراءات Steam مبكرًا.

الفصل الثاني والثلاثون | صفحة المتجر جزء من المنتج

من الأخطاء التي أراها أن يعمل الفريق على اللعبة سنة أو سنتين، ثم يبني صفحة المتجر خلال يومين. قد تكون لعبتك ممتازة، لكن إذا كانت الصورة الرئيسية ضعيفة فلن يضغط اللاعب عليها، وإذا ضغط ولم يفهم اللعبة خلال ثوانٍ فقد يغادر.

ولا تجعل العرض المرئي يبدأ بعشرة شعارات. أرني اللعبة: ماذا أفعل؟ ما المميز؟ كيف أشعر وأنا ألعب؟ ولماذا أريد إضافتها إلى Wishlist (قائمة الرغبات)؟

صفحة المتجر ليست واجبًا إداريًا. هي جزء من عملية البيع.

الفصل الثالث والثلاثون | التسويق يبدأ أثناء التطوير

واحدة من الأخطاء الكلاسيكية: «نخلص اللعبة وبعدين نسوق». لا. ابدأ ببناء جمهور وأنت تطور.

شارك لقطة لعب، وميزة جديدة، وتطويرًا قبل وبعد، ولحظة مضحكة، وقصة من عملية التطوير، ونتيجة اختبار. شاهد ما الذي يلفت انتباه الناس.

لكن لا تجعل صناعة المحتوى تستهلك وقت صناعة اللعبة. الهدف ليس أن تتحول من مطور إلى صانع محتوى فقط. الهدف أن يبقى هناك طريق بين اللعبة والجمهور.

الفصل الرابع والثلاثون | لا تسوّق شركتك قبل لعبتك

المطور يكتب: «بعد أشهر من العمل الجاد نحن سعداء بالإعلان عن مشروعنا الجديد». اللاعب يسأل: وش اللعبة؟

ابدأ بما يهم اللاعب. بدل «نحن الاستوديو الفلاني ونفخر»، يمكن أن تبدأ بسؤال أو موقف من داخل التجربة نفسها. في لعبة مثل Stranded Rescue مثلًا: «ماذا لو كنت تقود في الصحراء ليلًا وسمعت شخصًا يطلب النجدة من الراديو؟».

الفضول بداية جيدة للتسويق.

الباب السادس

الوظيفة والمسار المهني

ابنِ دليلًا على مهارتك، لا مجرد قائمة مهارات.

الفصل الخامس والثلاثون | هل تحتاج شهادة جامعية؟

لا توجد إجابة واحدة. في كثير من تخصصات تطوير الألعاب، ملف أعمال قوي قد يكون أهم من شهادة لا تحتوي على تطبيق عملي. لكن الدراسة تعطيك أساسًا علميًا وعلاقات وتدريبًا وشهادة قد تفتح مسارات وظيفية أوسع.

إذا كنت تريد البرمجة، فدراسة علوم الحاسب أو هندسة البرمجيات أو تخصص تقني قريب قد تكون مفيدة. إذا كنت فنانًا فملف أعمالك مهم جدًا. وإذا كنت مصمم ألعاب فاصنع ألعابًا وحللها وصمم أنظمة وابن نماذج أولية.

المهم: لا تنتظر التخرج حتى تبدأ.

الفصل السادس والثلاثون | ملف الأعمال أهم من الكلام عن المهارات

Portfolio (ملف الأعمال) هو الدليل على أنك تستطيع فعل ما تقوله. إذا كنت مبرمجًا فأظهر أنظمة صنعتها ومشاريع قابلة للتشغيل. إذا كنت فنانًا فأظهر أفضل أعمالك. إذا كنت مصمم ألعاب فأظهر ألعابًا قابلة للعب ومراحل وأنظمة صممتها.

الجملة القوية في ملفك ليست «شغوف بتطوير الألعاب»، بل: هذه لعبة شاركت في صنعها. جربها.

الفصل السابع والثلاثون | خطة أول سنة

إذا كنت تبدأ من الصفر اليوم، فهذه خارطة طريق بسيطة أقترحها. في الشهرين الأولين اختر مجالًا أساسيًا تريد تجربته، وتعلم أساسيات محرك واحد، وابن نموذجًا أوليًا صغيرًا. في الشهر الثالث شارك في Game Jam حتى لو لم تشعر أنك جاهز.

في الشهرين الرابع والخامس اصنع لعبة صغيرة وحدك أو مع فريق وانشرها. في الشهر السادس ابن ملف أعمالك وادخل المجتمعات والفعاليات. في الشهرين السابع والثامن شارك في تحد جديد واعمل مع أشخاص مختلفين.

في الشهر التاسع قرر الاتجاه الذي تريد اختباره أكثر: وظيفة، عمل مستقل، تطوير ألعاب مستقلة، أو بناء استوديو. وفي الشهرين العاشر والحادي عشر ابن مشروعًا أقوى يصلح كقطعة أساسية في ملف أعمالك أو كتجربة تجارية صغيرة. وفي الشهر الثاني عشر انشر شيئًا.

في نهاية السنة الأفضل أن يكون لديك ألعاب منشورة، وملف أعمال، وعلاقات، وتصور أوضح بكثير عن مكانك في المجال. هذا أفضل من سنة كاملة من مشاهدة الدورات دون تطبيق.

الباب السابع

بناء استوديو مستدام

الهدف أن تستطيع الاستمرار حتى بعد مشروع لم ينجح.

الفصل الثامن والثلاثون | لا تجعل نجاحًا خارقًا شرطًا لبقاء الاستوديو

هذه هي الفلسفة التي أحاول اليوم بناء Sadu Studio حولها. لا أريد شركة تحتاج إلى أن تصبح لعبتها القادمة ضربة عالمية حتى تستطيع دفع رواتبها.

أريد شركة تستطيع أن تصنع وتجرب وتفشل وتتعلم وتستمر. هذا يعني بناء نموذج مالي حول الإبداع: منتجات أصغر، مشاريع للعملاء، ألعاب، ملكية فكرية، وخدمات، ثم مشاريع أكبر عندما نستطيع تحمل المخاطرة.

الاستدامة تعطيك شيئًا مهمًا جدًا: الوقت للاستمرار في صناعة الألعاب.

الفصل التاسع والثلاثون | اعرف أرقام شركتك

لا تحتاج أن تكون مديرًا ماليًا، لكن إذا كنت مؤسسًا يجب أن تعرف كم لديك في البنك، وكم تصرف شهريًا، وكم شهر تستطيع الاستمرار، وكم تكلف اللعبة، وكم نسخة تحتاج إلى بيعها، وكم تكلفة التسويق، وما الالتزامات القادمة.

إذا كنت لا تعرف هذه الأرقام فأنت لا تزال تدير مشروعًا إبداعيًا أكثر من كونك تدير شركة.

الفصل الأربعون | لا تخف من إيقاف مشروع

من أصعب القرارات إلغاء لعبة. كلما استثمرت وقتًا ومالًا أكبر أصبح القرار أصعب. دفعت 100 ألف، إذًا نكمل. عملنا سنة، إذًا نكمل.

لكن هذا يسمى Sunk Cost (تكلفة غارقة)، أي أن القرار المستقبلي يتأثر بمال أو وقت صرفته ولن تستطيع استعادته. السؤال الذي أحب استخدامه: لو عُرض علي هذا المشروع اليوم بهذه الحالة ولم أكن قد صرفت عليه شيئًا، هل سأستثمر فيه من جديد؟

في مسيرتي أوقفت مشاريع وغيرت اتجاه مشاريع وأعدت بناء أجزاء كبيرة. هذا مؤلم، لكن الاستوديو ليس متحفًا لكل الأفكار التي أحببناها.

الفصل الحادي والأربعون | الفشل السريع أرخص

لو صنعت لعبة صغيرة في شهرين ولم تنجح، تعلمت خلال شهرين. ولو صنعت لعبة ضخمة ثلاث سنوات ثم فشلت، قد لا يبقى لديك استوديو لتطبيق ما تعلمته.

لهذا أصبحت أميل إلى اختبارات أصغر، ومشاريع أصغر، ونماذج أولية، وتجربة السوق، ثم عندما نجد إشارة قوية نزيد الاستثمار.

هذه الطريقة ليست مناسبة لكل لعبة، لكنها مناسبة جدًا للاستوديوهات الصغيرة ذات الموارد المحدودة.

الفصل الثاني والأربعون | **Publisher** أم نشر ذاتي؟

Publisher (ناشر الألعاب) قد يساعدك في التمويل والتسويق واختبار الجودة والترجمة والنقل إلى المنصات والعلاقات مع المنصات والخبرة التجارية. لكن ذلك يأتي عادة مقابل نسبة من الإيرادات أو حقوق وشروط أخرى.

Self-Publishing (النشر الذاتي) يعطيك سيطرة أكبر، لكنه يضع مسؤولية أكبر عليك. السؤال ليس «هل الناشر جيد؟» بل «هل هذه الصفقة جيدة لهذه اللعبة ولهذا الاستوديو؟».

ولا توقع عقد نشر مهمًا دون فهم كامل لبنوده، واستشارة قانونية عندما تكون الصفقة تستحق ذلك.

الفصل الثالث والأربعون | الذكاء الاصطناعي أداة

الذكاء الاصطناعي يستطيع اليوم مساعدة مطور واحد في البحث وتنظيم الأفكار والمساعدة البرمجية وكتابة الوثائق والنماذج الصوتية المؤقتة والترجمة الأولية وأفكار التسويق.

لكن هناك فرق بين استخدامه لتسريع عملك وبين أن يحل محل فهمك للعمل. إذا كتب لك كودًا فافهم الكود. إذا اقترح معلومة فتحقق منها. وإذا صنعت أصولًا فنية أو صوتية باستخدامه فافهم حقوق الاستخدام الخاصة بالأداة.

استخدم الذكاء الاصطناعي ليجعلك أسرع، لا كبديل عن تعلم مهنتك.

الفصل الرابع والأربعون | الأشياء التي أتمنى أن يقولها لي أحد

أتمنى لو قال لي شخص عندما بدأت: لن تشعر أنك جاهز. ستبدأ مشاريع لن تنهيها. ستعمل مع أشخاص ممتازين ثم تفترق طرقكم. ستعيد بناء شيء دفعت فيه مالًا. سترفض أفكارًا كنت تحبها. وسترى أشخاصًا بدأوا بعدك ويتقدمون بسرعة.

لكن كل لعبة تنهيها تضيف شيئًا. كل Game Jam، وكل نموذج أولي، وكل اختبار لعب، وكل عقد، وكل مشروع فشل، وكل مشكلة. تتراكم.

وفي النهاية تكتشف أن خبرتك لم تأت من مشروع واحد ضخم. أتت من سنوات من المحاولة.

قبل تأسيس استوديو

- ما نوع الألعاب التي نصنعها؟
- من جمهورنا؟
- ما أول منتج؟ ومن سيدفع لنا؟
- كم يكلف؟ وكم شهر نستطيع الاستمرار؟
- من الفريق الأساسي؟ ومن يملك الشركة والملكية الفكرية؟
- ماذا يحدث إذا خرج أحد المؤسسين؟
- هل نحتاج موظفين أم مستقلين؟
- كيف سننظم الحسابات والعقود؟

قبل إطلاق لعبتك

- هل النسخة مستقرة؟
- هل نظام الحفظ والإعدادات والتحكم والصوت تعمل؟
- هل الترجمة وصور المتجر والعرض المرئي جاهزة؟
- هل السعر منطقي؟
- هل تملك حقوق كل الأصول المستخدمة؟
- هل جهزت صفحة الدعم؟
- هل تعرف ماذا ستفعل إذا ظهر خطأ كبير في أول يوم؟

> الإطلاق ليس نهاية التطوير. إنه بداية علاقة اللعبة مع اللاعبين.

الخاتمة | اصنع لعبة

السعودية اليوم لديها فرصة لم تكن موجودة بهذا الشكل عندما بدأ كثير منـا. لـدينا اسـتراتيجية وطنيـة، واسـتثمارات، وبـرامج، وشـركات، ومجتمعـات، ومـواهب، ولاعبون. لكن لا توجد استراتيجية أو حاضنة أو منحة تستطيع صناعة الألعاب بـدل المطورين.

في النهاية، شخص يجب أن يفتح المحرك. شخص يجب أن يرسم. شخص يجب أن يـبرمج. شـخص يجب أن يصـمم. شـخص يجب أن يختـبر. وشـخص يجب أن يقول: هذه النسخة جاهزة. ننشر.

ربما لعبتك الأولى لن تنجح. اصـنع الثانيـة، ثم الثالثـة. لا تنتظـر أن تصـبح صـناعة الألعاب السعودية شيئًا كبيرًا حتى تدخلها. شارك في بنائها.

> اصنع شيئًا. أنهِه. انشره. ثم تعلم من النتيجة.

قاموس سريع للمطور الجديد

Prototype | نموذج أولي

نسخة سريعة هدفها اختبار فكرة أو ميكانيكية.

MVP | الحد الأدنى من المنتج القابل للاختبار

أصغر نسخة تستطيع من خلالها اختبار الفكرة الأساسية مع المستخدمين أو السوق.

Vertical Slice | شريحة تمثل الجودة النهائية

جزء صغير من اللعبة يمثل المستوى المستهدف للجودة والتجربة.

Core Loop | حلقة اللعب الأساسية

مجموعة الأفعال التي يكررها اللاعب باستمرار.

Scope | نطاق المشروع

حجم المشروع والأنظمة والمحتوى المطلوب تنفيذه.

Scope Creep | تضخم نطاق المشروع

زيادة غير منضبطة في حجم المشروع أثناء التطوير.

Game Jam | تحدي تطوير ألعاب

فعالية يتم خلالها تطوير لعبة في مدة محدودة.

Build | نسخة قابلة للتشغيل

نسخة من اللعبة يمكن تشغيلها واختبارها.

Playtesting | اختبار اللعب

مراقبة واختبار تجربة اللاعبين مع اللعبة.

Publisher | ناشر ألعاب

شركة تساعد في نشر أو تمويل أو تسويق اللعبة بحسب الاتفاق.

Wishlist | قائمة الرغبات

قائمة يستطيع المستخدم إضافة اللعبة إليها قبل شرائها.

Retention | الاحتفاظ باللاعبين

قياس قدرة اللعبة على جعل اللاعبين يعودون إليها.

Monetization | تحقيق الدخل

الطريقة التي تحقق اللعبة من خلالها الإيرادات.

Burn Rate | معدل الإنفاق

مقدار الأموال التي تستهلكها الشركة خلال فترة معينة.

Runway | المدة التشغيلية المتبقية

المدة التي تستطيع الشركة الاستمرار خلالها قبل نفاد السيولة.

IP | الملكية الفكرية

الأصول الفكرية المرتبطة بالعلامة والشخصيات والعالم والمحتوى.

GDD | وثيقة تصميم اللعبة

وثيقة توضح فكرة اللعبة وأنظمتها وآلياتها.

Pitch Deck | العرض التعريفي

عرض مختصر يستخدم لشرح اللعبة أو الشركة أو الفرصة الاستثمارية.

المصادر والمراجع

[1] رؤية السعودية 2030 - الاستراتيجية الوطنية للألعاب والرياضـات الإلكترونيـة. vision2030.gov.sa

[2] **UMX Studio - About UMX**، وإعلان الاستوديو بمرور 11 عامًا (يونيو 2025). umxstudio.co

[3] **Impact46** - الاستثمار في كملنا. impact46.sa

[4] **Sandouq** - إعلان أداء **Sort Them Ducks** بعد شهر من الإطلاق. LinkedIn / Sandouq الأرقام الواردة هي وفق إعلان الاستوديو نفسه.

[5] **Steam - Aunt Fatima.** store.steampowered.com

[6] الهيئة السعودية للملكية الفكرية - تسجيل المصنفات المكتوبة. saip.gov.sa

[7] هيئة الزكاة والضريبة والجمارك - ضريبة القيمة المضافة. zatca.gov.sa

[8] **Steamworks - Steam Direct Fee.** partner.steamgames.com

المعلومات المتغيرة في هذا الدليل مؤرخة بإصـدار 2026. راجـع المصـدر الأصـلي قبل اتخاذ قرار تجاري أو قانوني أو مالي.

تنبيه

هذا الكتاب مبني على تجارب عملية ومعلومات متاحة حتى إصدار 2026. قطاع الألعاب سريع التغير، وقد تتغير البرامج الحكومية ومتطلبات المنصات والرسوم والأنظمة بعد إصدار الكتاب.

المعلومات القانونية والمالية والضريبية الواردة هنا للتوعية العامة وليست بديلًا عن استشارة مختص. راجع دائمًا المصادر الرسمية قبل اتخاذ قرار قانوني أو مالي أو تجاري.

عن المؤلف

محمد الحماد

مطور ومصمم ألعـاب ومخـرج إبـداعي، بـدأ العمـل في مجـال تطـوير الألعـاب في 2014، وشارك منـذ ذلـك الـوقت في مسـابقات ومجتمعـات وبـرامج وحاضـنات ومشاريع مختلفة داخل قطاع الألعاب السعودي.

أسس Sadu Studio، وهو استوديو سعودي لتطـوير الألعـاب والتجـارب الرقميـة دعمته برامج وطنية منها Saudi Game Champions وMVPLAB. من مشاريعه Stranded Rescue وSaud AlArab وعـدد من الألعـاب والتجـارب الرقميـة والاجتماعية.

وأسس مبادرة «رقمنة الثقافة» الـتي احتضـنتها حاضـنة مسـك للمبـادرات، ومن برامجها مسار «بُناة العوالم» بالمتحف الوطني الـذي طـوّر فيـه 60 طالبًـا 12 لعبـة مستوحاة من مقتنيات المتحف وقصصه.

تركـز تجربتـه على تصـميم الألعـاب، والتوجيـه الإبـداعي، وبنـاء الفـرق، والإنتـاج، والتسويق، وتطوير المنتجات، وبنـاء نمـاذج أعمـال أكـثر اسـتدامة للاسـتوديوهات الإبداعية.

> فكرة هذا الكتاب بسيطة: أن أكتب الأشياء التي كنت أتمنى أن أجدها مكتوبة عندما بدأت.

تواصل معي

إذا وجـدت في هـذا الـدليل فائـدة، أو لـديك ملاحظـة أو تجربـة تحب أن تشـاركها، يسعدني أن أسمع منك. تجد حساباتي وروابط التواصل في مكان واحد:



linktr.ee/muhammad_alhammad

سأنشر عبر هذه الحسابات تحديثات الدليل والإصدارات القادمة منه.

وإذا كان الدليل مفيدًا لك، أخبر به شخصًا يبدأ رحلته في المجال.