

Zoo Tycoon 2

PORADNIK DO GRY



Nieoficjalny poradnik GRY-OnLine do gry

Zoo Tycoon 2

autor: Krzysztof „Lordareon” Gonciarz

GRYOnline.pl

Copyright © wydawnictwo GRY-OnLine S.A. Wszelkie prawa zastrzeżone.

www.gry-online.pl

Prawa do użytych w tej publikacji tytułów, nazw własnych, zdjęć, znaków towarowych i handlowych, itp. należą do ich prawowitych właścicieli.

SPIS TREŚCI

Wstęp	3
Zabawa w Zoo	4
1. Zwierzęta	4
2. Wybiegi	5
3. Odwiedzający, Sklepy, Pieniądze	6
4. Sława	7
Trening	9
Ogrody Zoologiczne w kłopotach	12
Zapobiegij złemu traktowaniu zwierząt	16
Ziemia	20
Programy Ochrony Zwierząt	24
Tajemnicza Panda	29
Oświadczenie	33

Copyright © wydawnictwo GRY-OnLine S.A. Wszelkie prawa zastrzeżone.
Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione bez pisemnego zezwolenia GRY-OnLine S.A. Ilustracja na okładce - wykorzystana za zgodą © Shutterstock Images LLC. Wszelkie prawa zastrzeżone. Zgoda na wykorzystanie wizerunku podpisana z Shutterstock, Inc.

Dodatkowe informacje na temat opisywanej w tej publikacji gry znajdziecie na stronach serwisu GRY-OnLine.
www.gry-online.pl



Wstęp

Witamy w podręczniku początkującego menedżera ogrodu zoologicznego. Poznacie dzięki niemu podstawy zarządzania waszym przybytkiem, mechanizmy rządzące wirtualnym Zoo, a także porady do każdej misji zawartej w głównej kampanii. Bez zbędnego przedłużania, zapraszamy do lektury i nauki. Niech zwierzaki będą z wami!

Zabawa w Zoo

Zoo Tycoon 2 nie jest grą skomplikowaną. Ani pod względem ekonomicznym, ani też „zoologicznym”. Na początek postaram się jednak naświetlić Wam mechanizm, na którym opiera się funkcjonowanie sprawnego Zoo w tej grze. Potraktujcie to jako podstawy, które znajdą zastosowanie w każdym trybie zabawy. Przy szczegółowym omówieniu misji wchodzących w skład kampanii, skupię się głównie na konkretnych zadaniach, zarządzanie całym parkiem (chyba, że na danym poziomie rządzą nim jakieś specyficzne zasady) pozostawię w Waszych rękach. Ze względu na charakter gry, niemożliwe jest opisanie recepty na sukces krok po kroku, jednak duży zestaw porad i wskazówek powinien znacznie ułatwić Wam ukończenie tej gry.

Jak w każdej grze, która choćby ociera się o ekonomię, mamy tu do czynienia ze swoistym zamkniętym kołem zachodzących na naszych oczach procesów. Po kolei więc.

1. Zwierzęta



To one są podstawą naszej działalności, a przez uproszczenie menedżerskiej strony gry, także głównym czynnikiem, któremu poświęcać będziemy większość czasu. Podejdźmy do tematu sucho. Zwierzęta mają potrzeby. Dziela się one na podstawowe i zaawansowane. Zaspokojenie tych pierwszych jest proste, wystarczy zaopieścić pożywienie i wodę oraz zapewnić podopiecznym dobre warunki higieniczne (regularne mycie przez opiekunów, bądź też zadbanie o to własnoręcznie w trybie FPP). Kwestia potrzeb zaawansowanych także nie jest zbyt trudna. Do naszej zagrody dołączyć musimy schronienie, zabawki oraz w niektórych przypadkach inne zwierzęta. Po kilku chwilach spędzonych z grą, nie będziecie mieli żadnych problemów z zadowalaniem zwierzaków.



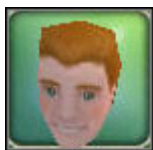
W charakterystyce zwierzęcia, po kliknięciu na nim, znajdziesz zbiór rad odnośnie preferowanych przez niego pokarmów, schronień oraz samego środowiska. Kieruj się tylko tymi informacjami, wystarczą one w zupełności, byś nigdy nie popełnił błędu. Wielkość zagrody będziesz musiał wyczuć samemu. Zasadniczo jednak problem nie jest skomplikowany, gdyż większość zwierząt zdaje się mieć wręcz identyczne preferencje przestrzenne i nie musisz się przejmować, że np. tygrysy potrzebują o wiele więcej miejsca od łosi (choć drobne różnice istnieją, np. flamingi są dość humorzaste w tym względzie). Miej też na uwadze, że prawdopodobnie będziesz chciał doprowadzić do poczęcia potomstwa, nie buduj więc „na styk”. „Lepiej, jak jest więcej”, prawda? Zaspokajaj też wszystkie potrzeby podopiecznych. Najbardziej problematyczna jest potrzeba rozrywki, gdyż zwierzęta często nie reagują na wrzucane przez nas do ich legowisk zabaweczki. Pilnuj jednak, by Twoje zwierzęta były w dobrych nastrojach, a pieniądze same wlatywać będą do Twojej kieszeni. Co się tyczy ich prokreacji, najbardziej ekonomicznym rozwiązaniem jest zakupienie do jednego wybiegu pojedynczego samca i kilku samic. Tym sposobem najszybciej możemy liczyć na dodatkowe (zwiększające naszą Sławę) okazy. Uważaj na nierówności terenu w obrębie wybiegu, jeśli zwierzę nie będzie mogło, dajmy na to, przejść z jednej części terenu do drugiej (bo np. będzie zbyt stromo), wtedy może zakomunikować Ci niewystarczającą ilość miejsca. Nie rzucaj się w takim wypadku do poszerzania ogrodzenia, lecz zajmij się wyrównaniem nierówności. Ostatnią kwestią w sprawie zwierząt jest mieszanie gatunków. Jeśli dwa gatunki zwierząt żyją w takim samym środowisku, możesz śmiało umieścić je w jednym wybiegu (o ile oczywiście nie pozjadają się nawzajem; np. pawie i łosie są w pełni bezpiecznym połączeniem). Potrzebne będzie odpowiednio więcej miejsca, ale za to odwiedzający z pewnością to docenią w swoich napiwkach.

2 . W y b i e g i

Przy budowaniu wybiegów, zwłaszcza w trybie kampanii, uciec się możesz do kilku sztuczek, mających na celu przede wszystkim minimalizację kosztów:

- „Podpinaj” swoje ogrodzenia do muru otaczającego Twoje zoo.
- Możesz wykorzystać ukształtowanie terenu, tzn. strome pagórki, jako granicę między kilkoma zagrodami, przez co zaoszczędzisz jeden „bok” konstruowanego z płotu wielokąta.
- Sprzedawaj wszystkie elementy otoczenia: drzewa, kamienie, kwiatki itp., w misjach o skromnym zasobie finansów mogą znacznie wspomóc Twój budżet, a przy okazji pozbędziesz się przeszkód utrudniających budowę.
- Teren wyrównuj przed wybudowaniem ogrodzenia, jako że później nie będziesz mógł zmienić poziomu gruntu, na którym wybudujesz takowe.
- Suma poprzednich dwóch punktów: W niektórych misjach dużym ułatwieniem będzie, jeśli na samym początku spauzujesz grę, sprzedasz wszystkie (WSZYSTKIE) drzewa etc. W parku oraz wyrównasz większość terenu (usuwając też zupełnie zbędne stawy i inne bajorka).

3 . O d w i e d z a j ą c y , S k l e p y , P i e n i ą d z e



Gdy zwierzęta są usatysfakcjonowane naszą działalnością, ich entuzjazm przenosi się na odwiedzających, którzy skłonni są dawać nam większe donacje. Goście są bardzo zróżnicowane, de facto każdy z nich jest w pewnym sensie indywidualnością i ma swoje własne preferencje. Zasadniczo jednak odwiedzający potrzebują: czystości (śmieci bardzo ich irytują), miejsc do siedzenia, toalet, szerokiego wyboru rzeczy do jedzenia, zróżnicowanych zwierząt (bardzo lubią młode zwierzęta) oraz dekoracji upiększających nasz park (wszelkie fontanny, latarnie i inne gadżety bardzo poprawiają ich samopoczucie!). Nie oszukujmy się jednak, wyższe ideały odstawić możemy na półkę. Naszym jedynym celem w uszczęśliwianiu klientów jest przecież zarabianie pieniędzy.

Wypatruj w swoim zoo gości z chmurką niezadowolenia nad nimi i sprawdź, o co im chodzi. Staraj się jak najszybciej interweniować w takich wypadkach i wyeliminować przyczyny ich złego nastroju.

Sklepy warto łączyć w większe grupy na stworzonych do tego, wydzielonych placzkach w centrum parku (choć z drugiej strony, nie można wszystkich atrakcji skupiać w jednym miejscu, musisz znaleźć złoty środek). Generalnie warto mieć jak największą ofertę atrakcji dla odwiedzających, złożoną z jedzenia, picia, pamiątek (zabawek, zdjęć), a także dodatkowych upiększeń strony wizualnej naszego ogrodu, które doskonale wpływają na samopoczucie gości.

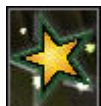
Pieniądze. Uzyskiwać je możemy poprzez wspomniane już dobrowolne podarki od odwiedzających (w praktyce główne źródło dochodów, przeznaczone do zbierania datków skrzynki ustawiać należy absolutnie wszędzie! Rzadko kiedy zdarzy się, by postawiony pojemnik nie zarobił na sobie), bilety wstępu (ich cenę możemy ustawić na 3 różne poziomy: niską, średnią i wysoką; w praktyce to środkowe ustawienie jest najlepsze, choć w niektórych misjach kampanii można, dla przyspieszenia wydarzeń, dać nawet bilety darmowe) oraz dochody z wszędobylskich kramików.



By zmusić gości do dawania dużych napiwków, musisz dysponować szeroką gamą zadowolonych z życia zwierzków. To jest najważniejsze. Drugim z kolei czynnikiem są wartości edukacyjne, podnoszone przez przewodników opowiadających o Twoich okazach. Ustawiaj ich blisko skrzynek na datki, a wszystko będzie dobrze (niekiedy potrafią oni podwoić ilość pieniędzy otrzymywanych z danej skrzynki). Jeśli chodzi o sklepy i inne atrakcje, staraj się oferować jak najszerszy wybór dodatków i jeśli tylko Cię stać, wynajduj i kupuj coraz to nowsze gadżety. Ich wkład w Twoje dochody nie będzie bardzo znaczący, ale podniesienie zadowolenia klientów jest kluczowe dla Sławy. Miej na uwadze, że niektóre dobra skierowane są dla starszych (kawa, sałatki), inne dla młodszych (hot-dogi, soda) odwiedzających. Jako że generalnie odwiedzać Cię będą obie te grupy wiekowe, staraj się, by każdy znalazł u Ciebie coś dla siebie.

Uwaga: pamiętaj, że dużą część pracy zarówno sprzątaczy, jak i opiekunów, możesz wykonywać samodzielnie. Co więcej, jeśli osobiście uzupełniasz zwierzętom jedzenie, nie ponosisz z tego tytułu żadnych kosztów. Jeśli zajmuje się tym opiekun, w skali miesięcznej wydatki wynieść mogą do kilku tysięcy dolarów! Uważnie dokonuj poszerzania swojej kadry.

4 . S ł a w a



Teraz dochodzimy do sedna. Sława (popularność) jest główną miarą naszej skuteczności jako zarządcy. Składa się na nią praktycznie wszystko dobre, co możemy zdziałać: zadowolenie zwierzków, ilość gatunków, ilość okazów, zadowolenie gości, wartości edukacyjne itp. itd. Większość naszych działań skupia się na tym, by podwyższyć sławę o kolejne gwiazdki. Dzięki temu, uzyskamy dostęp do większej ilości atrakcji dla gości i zwierząt (schronienia, zabawki), a także będziemy mieli szerszy wybór gatunków okazów do pokazania w naszym dorobku. Innymi słowy, sława jest podstawą i fundamentem, musimy pracować na jej zwiększenie i zawsze patrzeć, który z jej czynników składowych wstrzymuje nasz dalszy awans. Na niej nasze koło się zamyka.

Twoje zoo musi być pouczające i rozrywkowe, by zadowolić szerokie grono klientów. Z punktu widzenia popularności istotne jest, by odwiedzający mogli znaleźć się jak najbliżej Twoich okazów. Buduj więc czasem ścieżki wchodzące niejako „do środka” wybiegów, otoczone ogrodzeniem oczywiście. Przewodnicy także nie pozostają gościom obojętni, nie żałuj pieniędzy na ich wynajmowanie. Co się zaś tyczy „rozrywkowości” okazów, główną determinantą jest zachowanie zwierząt. Niektóre gatunki (np. szympansy) są z założenia bardziej atrakcyjne pod tym względem, jednak wyposażenie wybiegu w odpowiednie dodatkowe atrakcje (zabawki etc.) może podnieść wartość okazów z tego punktu widzenia.

Istnieją jeszcze dwa charakterystyczne sposoby zwiększania Sławy. Jednym z nich jest wykonywanie misji pobocznych, nieobecnych w trybie kampanii. Mechanizm działania jest tutaj dość oczywisty. Ciekawe jest za to zwiększanie sławy poprzez wypuszczanie zwierząt na wolność. Jest to doskonały sposób, o ile zadbasz o rozmnażanie się Twoich okazów. Jak powiedziane zostało wcześniej, warto mieć jednego samca i kilka samic. Gdy ich dzieci dorosną (a przynajmniej jedno będzie samcem), „ojciec” jest pierwszym kandydatem do wypuszczenia. Powtarzanie tego procesu da nam kolejne punkty, które w nieoceniony sposób pomogą nam w osiągnięciu celów w niejednej misji. Pamiętaj tylko, że wszystkie potrzeby, podstawowe i zaawansowane, wypuszczanego zwierzęcia muszą być zaspokojone, w przeciwnym wypadku opcja ta będzie nieaktywna.

Uwaga: Aby podnieść sławę do maksymalnego poziomu pięciu gwiazdek, musisz mieć:

- 30 zwierząt;
- 15 gatunków;
- 10 zwierząt wypuszczonych na wolność.