

Wakacje last minute. Wypoczynek pod presją?

- Rezerwujesz wyjazd lub nocleg i widzisz: „został ostatni pokój”, „promocja się kończy”, „inni też oglądają”. Czujesz, że musisz działać natychmiast? Właśnie wtedy... zwolnij.
- Spokojnie sprawdź ofertę. Porównaj cenę z początku rezerwacji z kwotą do zapłaty i upewnij się, że nie doliczono usług, których nie wybrałeś.
- Po rezerwacji uważaj na prośby o płatności wysyłane e-mailem, SMS-em lub przez komunikator. Sprawdź je w aplikacji lub bezpośrednio u przedsiębiorcy.

[Warszawa, 12 sierpnia 2026 r.] Oferty last minute pojawiają się krótko przed terminem wyjazdu, a ich dostępność może szybko się zmieniać. Serwisy rezerwacyjne dodatkowo eksponują informacje o ostatnich wolnych pokojach, dużym zainteresowaniu ofertą lub kończącej się promocji. Taki komunikat może być prawdziwy, ale nie powinien skłonić do pochopnej rezerwacji. Zanim zapłacisz, sprawdź cenę końcową i warunki oferty.

- Presja może pojawić się na każdym etapie rezerwacji, na przykład gdy strona mocno eksponuje niską cenę, informuje o ostatnim dostępnym pokoju, a nawet już po zakupie, gdy otrzymujesz alarmującą wiadomość dotyczącą płatności. Nie reaguj automatycznie. Przed zapłatą sprawdź pełny koszt i zakres usługi, a pilną prośbę o ponowną płatność zweryfikuj bezpośrednio w aplikacji lub na oficjalnej stronie. Nie pozwól, by pośpiech zdecydował za Ciebie - mówi Prezes UOKiK Tomasz Chróstny.

Presja dostępności: został ostatni pokój

Na stronie hotelu lub w serwisie rezerwacyjnym może pojawić się komunikat „został tylko jeden pokój”. Może on dotyczyć ostatniego pokoju określonego typu albo ostatniego dostępnego w podanej cenie. Nie musi więc oznaczać, że w całym hotelu pozostał tylko jeden wolny pokój. Taka informacja może być również nieaktualna albo nie odpowiadać rzeczywistej dostępności.

Podobnie komunikat „12 osób ogląda ten obiekt” nie oznacza, że wszystkie te osoby szukają noclegu w tym samym terminie, dla takiej samej liczby gości i w tym samym rodzaju pokoju. Bez dodatkowego wyjaśnienia nie wiadomo, czego dokładnie dotyczy ta liczba ani jak długo

pozostaje aktualna. Nie traktuj jej więc jako dowodu, że wybrany pokój za chwilę zostanie zarezerwowany.

Zwróć uwagę także na liczniki odmierzające czas do końca promocji. Jeżeli po odświeżeniu strony licznik rozpoczyna odliczanie od początku albo ta sama cena i warunki nadal obowiązują po upływie wskazanego czasu, może on nie pokazywać rzeczywistego terminu zakończenia promocji. Wywołuje wtedy realną presję na szybki zakup, mimo że oferta nie znika.

Presja ceny: okazja tylko na początku

Po wpisaniu kierunku, terminu wyjazdu i liczby podróżnych serwis rezerwacyjny wyświetla listę dostępnych noclegów, lotów lub wycieczek. Uwagę przyciąga zwykle niska, mocno wyeksponowana cena. Może ona skłonić Cię do szybkiego rozpoczęcia rezerwacji, choć nie zawsze obejmuje wszystkie koszty. W kolejnych krokach mogą zostać doliczone opłaty za sprząatanie, obsługę rezerwacji, podatki lub inne należności, których nie można uniknąć.

Na tym etapie - gdy pokój jest wybrany, lot ustalony, dane uzupełnione - możesz być bardziej skłonny zaakceptować wyższą kwotę, niż rozpocząć poszukiwania od nowa. Dlatego przed zatwierdzeniem płatności porównaj cenę końcową z kwotą widoczną wcześniej przy ofercie. Sprawdź, za co naliczono każdą opłatę oraz czy w podsumowaniu nie ma dodatkowych płatnych usług, których nie wybrałeś. To może być przykładowo ubezpieczenie czy pierwszeństwo wejścia na pokład.

Zwróć uwagę czy jest możliwość anulowania rezerwacji i jakie są warunki. Sprawdź dokładną datę i godzinę, do której możesz zrezygnować bez kosztów, oraz wysokość opłaty pobieranej po upływie tego terminu.

Presja rekomendacji: polecane nie znaczy najlepsze

Po wpisaniu miejsca i terminu serwis może wyświetlić listę hoteli lub apartamentów oznaczonych jako „polecane” albo „najlepszy wybór”. Obiekt znajdujący się na początku listy nie musi być najtańszy, najlepiej oceniany ani najlepiej dopasowany do Twoich potrzeb. Jego pozycja może wynikać również z płatnej promocji lub udziału w programie partnerskim serwisu.

Sprawdź, według jakiego kryterium uporządkowano wyniki i czy wyróżniona oferta została oznaczona jako sponsorowana. Następnie samodzielnie ustaw sortowanie według ceny, oceny albo odległości. Kolejność obiektów może się wtedy zmienić.

Nie zakładaj również, że każda opinia została napisana przez osobę, która rzeczywiście skorzystała z noclegu. Sprawdź, czy serwis oznacza recenzje jako zweryfikowane i wyjaśnia, co to oznacza - na przykład czy opinię mogą dodać tylko osoby, które dokonały rezerwacji przez tę platformę.

Presja po rezerwacji: zapłać teraz albo stracisz pobyt

Po dokonaniu rezerwacji możesz otrzymać e-mail, SMS lub wiadomość przez komunikator z informacją, że płatność nie została potwierdzona, karta wymaga ponownej weryfikacji albo pobyt zostanie anulowany, jeżeli nie zapłacisz natychmiast. Nadawca może znać nazwę hotelu, termin pobytu, numer rezerwacji i imię gościa, dlatego wiadomość wygląda wiarygodnie. Dane te mogły jednak zostać przejęte z konta obiektu lub systemu rezerwacyjnego.

Groźba utraty pobytu ma wywołać presję i skłonić Cię do skorzystania z przesłanego linku. Może on prowadzić do strony przypominającej serwis rezerwacyjny, która służy do przejęcia danych karty lub wykonania płatności na konto oszusta.

Nie korzystaj z przesłanego linku i nie podawaj za jego pośrednictwem danych płatniczych. Samodzielnie otwórz aplikację lub wpisz adres platformy w przeglądarce, a następnie sprawdź status rezerwacji i płatności. Z hotelem skontaktuj się przez numer znajdujący się w pierwotnym potwierdzeniu albo na oficjalnej stronie obiektu, a nie przez dane podane w otrzymanej wiadomości.

- Pośpiech nie jest dobrym doradcą. Zanim podejmiesz decyzję i wydasz pieniądze, daj sobie czas na weryfikację wszystkich szczegółów. Działaj ze spokojem i z ostrożnością, zwłaszcza jeśli przedsiębiorca próbuje stosować mechanizmy skłaniające Cię do zakupów „tu i teraz”. Sprawdzaj, czytaj, pytaj - te trzy słowa pomogą Ci dokonać dobrego wyboru - dodaje Prezes UOKiK Tomasz Chróstny.