Сфера мирового туризма по своим экономическим показателям является одной из самых прибыльных сфер в экономической системе большинства стран. Область туризма, характеризуясь своими выдающимися успехами и многочисленными специализациями, оказывает сильное воздействие на систему транспорта (автотранспорт, авиатранспорт, аэротранспорт) и на уровень торговли межу между различными странами-акторами международных отношений. Комплекс инфотехнологий, применяемых на современных этапах прогресса сферы туризма по своей структуре и особенностям состоит из нескольких элементов: автоматическая система резервирования, настройки видеосистем, координации информационными потоками и общая система электронной трансакции денег и т. д. Нынешние информационные технологии являются важной составной частью туристической сферы, которые обусловливают её скорый прогресс. Рекламные компании туристических фирм часто размещаются в интернете на различных сайтах, тем самым привлекая всё большее внимание аудитории. Эффективная деятельность сайта туристических фирм является основной базовой составляющей любого туристического агентства. Деятельность сайта не может осуществляться без помощи рекламы. Персональный компьютер и интернет, будучи общедоступными современными технологиями, являются тем специфическим фактором, в результате которого всё новые и новые информационные технологии внедряются во все сферы туризма. Туристические фирмы и различные турагентства используют абсолютно все имеющийся потенциал информационного ресурса интернета, чтобы еще более модернизировать систему резервирования. Например, онлайн заказы были пионерами в области электронного резервирования туристических поездок, которые вместе с развитием интернета превратились в мощный фактор, обуславливающий развитие туризма в рамках современных коммуникационных технологий. Особенности online-бронирования позволили авиакомпаниям организовать тур компании по специальным ценам, что благотворительно повлияло на сферу туристического интернета. В результате реализованных мероприятий туристический интернет ощутил существенный подъем, характеризующийся высоким показателем заинтересованности пользователей касательно этой сферы туризма. Метод компьютерного бронирования явился прогрессивным фактором, которому удалось изменить всю туристическую деятельность, сделав её более удобной и модернизированной. Примерно 85 % всех туристических фирм в Соединённых Штатах Америки и Великобритании пользуются методом автоматического бронирования. Крупнейшими и самыми широко распространёнными ресурсами автоматического резервирования являются AMADEUS, Worldspan и Galileo, функционирование которых является неотъемлемой частью международного туристического рынка сбыта услуг. Компьютерные системы, применяемые в туристических фирмах, исходя из своих функциональных признаков, подразделяются на три класса: 1) основные технологические системы. Принцип их функционирования основан на том, что они гарантируют выполнение заказов потребителя. В этих системах оператор, обладая доступом к главным компьютерным системам, анализирует заказы потребителей. 2) вспомогательные системы. Основным назначением вспомогательных систем является автоматизация создания документов, принадлежащим к деятельности туристической фирмы. К таким документам можно перечислить оформление счетов, создание билетов со специальным дизайном. 3) Системы координации, способствующие актуализации данных, которые имеют прямое отношение к деятельности фирмы. Согласно проведенным исследованиям, более 60 % услуг, осуществленных в США через интернет, приходится на сектор туристических услуг. В сфере туризма спрос состоит в зависимом положении от стоимости, и поэтому поисковые запросы касательно востребованной информации часто играет решающую роль, так как потребители предпочитают поиск и заказ билетов и отелей именно через интернет любому другому источнику информации. В Соединенных Штатах Америки за 2004 году был отмечен немалый подъем в сфере продаж туристических услуг. Было совершено сделок на сумму в 54 млрд долларов США, что составляет 23 % всех сделок, совершенных в 2004 году. По показателю прибыльности продажа авиабилетов общей суммой в 23.3 млрд долларов США заняла первое, бронировка мест временной локации в отелях общей суммой в 11.6 млрд долларов США заняла второе место. Виртуальные туристические агентства и сайты операторов туристической сферы в нынешнее время характеризуются расширенным каталогом сетевых услуг. В 2002 году продажа туристических онлайн услуг на европейском рынке составила около 7.7 млн евро (3.4 % от общего объема продаж), а 2006 году этот показатель увеличился на 10 %. Великобритания располагается на первом месте с показателем 38 % от общей суммы продаж туристических услуг, Германия с показателем 22 % от общей суммы продаж туристических услуг располагается на втором месте. В Скандинавских странах этот показатель составляют 11 %, во Франции — 22 % от общей суммы продаж туристических услуг. Во всех оставшихся странах Европы объем операций, произведенных при помощи сайтов, составляет не выше 10 % от общей суммы продаж туристических услуг. Более эффективные темпы развития инновационных технологий, внедрение новой методологии анализа информации, интеграция новых аспектов развития туризма в «виртуальную реальность», расширение качества и количества доступной для потребителя информации о туристических центрах и предоставляемых там услугах, говорят о грядущих изменениях в туристском бизнесе и электронной коммерции. Корпорация Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) с целью облегчить пользователям и потенциальным клиентам доступ к необходимым данным о путешествиях, решила создать специальный домен «.travel», собравший в себя всю информацию касательно туризма.