

# FEATURES OF DOING BUSINESS IN DIFFERENT COUNTRIES AND REGIONS



Konstantin Alekseevich Podolinsky  
Student group 10506224,  
Belarusian National  
Technical University

كونستانتين ألكسيفيتش  
بودولينسكي  
طالب في الجامعة التقنية الوطنية  
البيلاوسية

## مميزات ممارسة الأعمال التجارية في بلدان ومناطق مختلفة

**Abstract:** This analysis examines the business environments of France, Germany, Spain, the United States, and Canada, highlighting cultural differences and regulatory frameworks. While European countries share certain entrepreneurial opportunities, they exhibit distinct challenges such as complex registration processes and labor laws. Conversely, North America offers streamlined business formation and customer-centric practices. Understanding these variations is crucial for entrepreneurs seeking to navigate these diverse markets effectively.

**Keywords:** business environment, Europe, North America, entrepreneurship, labor laws.

**الخلاصة:** يتناول هذا التحليل بيئات الأعمال في فرنسا وألمانيا وإسبانيا والولايات المتحدة وكندا، مُسلِّطاً الضوء على الاختلافات الثقافية والأطر التنظيمية. وبينما تتشارك الدول الأوروبية في بعض فرص ريادة الأعمال، إلا أنها تواجه تحديات مختلفة، مثل تعقيد إجراءات التسجيل وقوانين العمل. في المقابل، تُتيح أمريكا الشمالية تأسيس أعمال مُبسَّطة وممارسات تُركِّز على العملاء. يُعدُّ فهم هذه الاختلافات أمراً بالغ الأهمية لرواد الأعمال الذين يسعون إلى استغلال هذه الأسواق المتنوعة بفعالية.

**الكلمات المفتاحية:** بيئة الأعمال، أوروبا، أمريكا الشمالية، ريادة الأعمال، قوانين العمل.

Scientific Supervisor



Larisa Vladimirovna Solovieva  
PhD, Associate Professor, Head of  
the Department of Intercultural  
Professional Communication BNTU

د. لاريسا فلاديميروفنا سولوفيفا  
رئيس قسم الاتصالات المهنية بين الثقافات،  
الجامعة التقنية الوطنية البيلاوسية

### Introduction

All over the world, the concept of doing business is approximately the same: production of various goods, purchase of raw materials, hiring of specialists, and financial management. However, in different regions of the world, in connection with religion, traditions, laws and corporate ethics, there are certain peculiarities. In this scientific work, using statistics and information from the public domain, we will analyze distinctive features of different countries and regions in doing business.

### Results and discussion

The analysis of business environments in Europe, particularly in France, Germany, and Spain, reveals both similarities and differences in their negotiation and sales management practices. In France, the complex company registration process and strict labor laws make entrepreneurship challenging, with heavy penalties for tax noncompliance. Conversely, Germany offers a supportive entrepreneurial framework, though its intricate tax regulations can be problematic. The German approach values precision and punctuality, with robust labor protections [1].

Spain embodies a more relaxed attitude in corporate culture, favoring informal communication, yet enforces strict labor laws regarding salaries and work hours. Despite cultural nuances, all three countries provide substantial opportunities for business development [1].

Shifting focus to North America, the United States and Canada are leading economies known for high economic stability and diverse markets. The U.S. ranks 6th for ease of doing business due to a simpler registration process, though obtaining permits can be lengthy. American corporate culture emphasizes quick, result-oriented communication, with a strong focus on customer satisfaction.

In contrast, Canada boasts a high level of investor protection and participates actively in international agreements. It features a more centralized tax system and values friendly, polite communication. While business registration is also simplified, the complexity can vary by province. Canada ranks 23rd in ease of doing business [1-3].

Overall, while France, Germany, and Spain showcase diverse business cultures, they each present viable opportunity for entrepreneurship. Likewise, the U.S. and Canada offer distinct advantages and challenges, contributing to their status as significant players in the global economy.

### Conclusion

As a result of the analysis and reasoning, it can be concluded that all of the above countries, despite all their features, advantages and disadvantages, are excellent candidates for opening or continuing their business. Each country offers unique opportunities for entrepreneurs, which is an important factor for choosing. The choice of a country for doing business should be based on a comprehensive assessment of all advantages and disadvantages, including the entrepreneur's personal goals, growth strategy and long-term plans. Success in international business depends on flexibility, willingness to adapt to changing conditions, the ability of the entrepreneur to integrate into a new environment, use the resources available to him and constantly strive for improvement.

### المقدمة

يتشابه مفهوم ممارسة الأعمال التجارية في جميع أنحاء العالم تقريباً: إنتاج سلع متنوعة، وشراء المواد الخام، وتوظيف متخصصين، وإدارة مالية. ومع ذلك، تختلف باختلاف مناطق العالم، فيما يتعلق بالدين والتقاليد والقوانين وأخلاقيات الشركات. في هذا العمل العلمي، وباستخدام الإحصاءات والمعلومات المتاحة للعامة، سنحلل السمات المميزة لمختلف البلدان والمناطق في مجال ممارسة الأعمال التجارية.

### النتائج والمناقشة

يكشف تحليل بيئات الأعمال في أوروبا، وخاصةً في فرنسا وألمانيا وإسبانيا، عن أوجه تشابه واختلاف في ممارسات التفاوض وإدارة المبيعات. ففي فرنسا، تُصعَّب عملية تسجيل الشركات المعقدة وقوانين العمل الصارمة لريادة الأعمال، مع فرض عقوبات شديدة على عدم الامتثال الضريبي. على النقيض من ذلك، تُقدِّم ألمانيا إطاراً داعماً لريادة الأعمال، على الرغم من أن لوائحها الضريبية المعقدة قد تُشكِّل إشكاليات. يُقدَّر النهج الألماني الدقة والالتزام بالمواعيد، مع توفير حماية قوية للعمال [1].

تُجسِّد إسبانيا ثقافة أكثر مرونة في الشركات، حيث تُفضَّل التواصل غير الرسمي، إلا أنها تُطبِّق قوانين عمل صارمة فيما يتعلق بالرواتب وساعات العمل. على الرغم من الفروق الثقافية الدقيقة، تُوفِّر الدول الثلاث فرصاً كبيرة لتطوير الأعمال [1].

بالانتقال إلى أمريكا الشمالية، تُعدُّ الولايات المتحدة وكندا اقتصادات رائدة تُعرف باستقرارها الاقتصادي العالي وتنوع أسواقها. تحتل الولايات المتحدة المرتبة السادسة في سهولة ممارسة الأعمال التجارية بفضل تبسيط عملية التسجيل، على الرغم من أن الحصول على التصاريح قد يستغرق وقتاً طويلاً. تُركِّز ثقافة الشركات الأمريكية على التواصل السريع والمُوجَّه نحو النتائج، مع تركيز كبير على رضا العملاء. في المقابل، تقتصر كندا بمستوى عالٍ من حماية المستثمرين، وتشارك بفعالية في الاتفاقيات الدولية. كما تتميز بنظام ضريبي أكثر مركزية، وتُقدَّر التواصل الودي والمهذب. ورغم تبسيط تسجيل الأعمال، إلا أن التعقيد قد يختلف باختلاف المقاطعة. تحتل كندا المرتبة 23 في سهولة ممارسة الأعمال [1-3].

بشكل عام، بينما تُبرز فرنسا وألمانيا وإسبانيا ثقافات أعمال متنوعة، تُقدِّم كل منها فرصاً واعدة لريادة الأعمال. وبالمثل، تُقدِّم الولايات المتحدة وكندا مزايا وتحديات مُتميزة، مما يُسهم في تعزيز مكانتهما كلاعبين رئيسيين في الاقتصاد العالمي.

### الخاتمة

بناءً على هذا التحليل والاستدلال، يُمكن الاستنتاج أن جميع الدول المذكورة أعلاه، على الرغم من جميع خصائصها ومزاياها وعيوبها، تُعدُّ مرشحةً ممتازةً لبدء أعمالها أو استمرارها. تُقدِّم كل دولة فرصاً فريدة لرواد الأعمال، وهو عاملٌ مهمٌّ في الاختيار. ينبغي أن يستند اختيار دولة لممارسة الأعمال التجارية إلى تقييم شاملٍ لجميع المزايا والعيوب، بما في ذلك الأهداف الشخصية لرائد الأعمال، واستراتيجية النمو، والخطط طويلة المدى. يعتمد النجاح في الأعمال التجارية الدولية على المرونة، والقدرة على التكيف مع الظروف المتغيرة، وقدرة رائد الأعمال على الاندماج في بيئة جديدة، واستخدام الموارد المتاحة له، والسعي الدائم للتحسين.

### المراجع والمصادر Literature

1. The World Bank / 2020 International Bank for Reconstruction and Development. [Electronic resource] — Mode of access: <https://archive.doingbusiness.org/en/reports/global-reports/doing-business-2020>. — Date of access: 24.10.2019.
2. The possibility of supporting the regulatory and economic mechanism for business development in Libya (literary review - and a suggested modified mechanism) / R. A. Atnishah [et al.] // Al-Andalus journal for Humanities & Social Sciences. — 2023. — № 65, Vol. 10. — P. 180—198.
3. Atnishah, R. A. Trends of the Libyan economy and tools of state regulation for business development / R. A. Atnishah, N. V. Sycheva, M. F. S. H. AL-Kamali // Al-Andalus journal for Humanities & Social Sciences. — 2024. — Vol. 11, № 110. — P. 132—163.