# Early Network Events In the Later Success of Chinese Entrepreneurs

**Ronald S. Burt and Sonja Opper**

**РОЛЬ РАННИХ СЕТЕВЫХ СОБЫТИЙ В ДАЛЬНЕЙШЕМ УСПЕХЕ КИТАЙСКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ**

**АННОТАЦИЯ:** Мы исследуем социальные сетевые связи китайских предпринимателей со времени основания их компаний, чтобы узнать о той роли, которые ранние события играют в последующем успехе бизнеса. Мы используем вопросы, связанные с генерацией имен, в сочетании с вопросами по истории профессиональной карьеры, чтобы выявить «событийные контакты», которые можно упустить из-за обычного фокуса на текущем бизнесе. Мы делаем четыре вывода из интервью с большой послойной случайной выборкой из предпринимателей: (1) Отношения с событийными контактами выделяются из-за высокой степени доверия в связях *guanxi*, и в общем не зависят от окружающей структуры сети, а также имеют решающее значение для того, чтобы отличить более успешных предпринимателей от менее успешных. (2) Существенность события по сути имеет меньшее значение, чем тот факт, что предприниматель считает это событие существенным. (3) Обращение к семье за поддержкой наиболее вероятно на стадии основания, однако семья не является обычным источником поддержки при основании. Скорее, предприниматели обращаются к людям, которых они знают уже много лет, и это, как правило, люди за пределами семьи предпринимателя. (4) Переход от основания к первому значительному событию выделяется как особо значимый для последующего успеха. Предприниматели, которые обращаются за помощью при своем первом знаменательном событии к лицу, отдельному, но особенно близкому к учредительному контакту, являются более успешными в развитии своего бизнеса. Это раннее событие не заметно в последующей сети отношений вокруг предпринимателя.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** Китайское управление, предпринимательство, *guanxi*, сетевые события, социальные сети