

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه پیام نور

مرکز تهران

دانشکده مدیریت و حسابداری

گروه مدیریت اجرایی

پایان نامه

برای دریافت درجه کارشناسی ارشد

در رشته مدیریت اجرایی

عنوان پایان نامه

بررسی تأثیر ملاحظات اخلاقی در کارآفرینی زنان در ایران: مطالعه موردی، کارآفرینان زن استان

گیلان در بخش تعاون

استاد راهنما: دکتر علی ربیعی

استاد مشاور: دکتر اسماعیل ملک اخلاق

نگارش: پروانه خوشه چین

بهمن ۱۳۹۰

تقدیم به:

پدر و مادرم عزیزم
که شمع وجودشان،
روشنایی بخش مسیر من است.

تقدیر و تشکر

در راستای به ثمر رسیدن این تحقیق ، از جناب آقای دکتر ربیعی که راهنمایی علمی این پروژه را عهده دار بودند و نیز از جناب آقای دکتر ملک اخلاق ، به عنوان استاد مشاور تقدیر و تشکر می نمایم.

چکیده

امروزه میزان حضور زنان در بازار کار و مشارکت آنان در فعالیت های اقتصادی و اجتماعی به یکی از شاخص های مهم توسعه انسانی مبدل گردیده است. با این وجود در کشور ایران زنان سهم ناچیزی از بازار کار را در اختیار دارند. از این رو شناخت موانع اشتغال زنان و هدایت آنها به سمت فعالیت های کارآفرینی می تواند در بهره برداری از ظرفیت های این قشر عظیم اجتماعی مؤثر واقع شود. از دیگر سو افراد و سازمانها پی برده اند که می توانند از طریق ارتقاء اصول اخلاقی در کسب و کار، زمینه نوآوری و کارآفرینی را فراهم آورند. ارزشهای اخلاقی موجب جلب اعتماد گروه کارآفرینی در راستای عملیاتی کردن اندیشه های جدید خواهد شد. پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر ملاحظات اخلاقی در کارآفرینی زنان در ایران انجام شده است. بدین منظور آن دسته از مسائل اخلاقی که می توانستند با ابعاد کارآفرینی مرتبط باشند مورد مطالعه قرار گرفتند. روش مطالعه، توصیفی - پیمایشی می باشد. در مطالعه حاضر تلاش شده تا به دو سؤال در این زمینه پاسخ داده شود. نخست اینکه آیا میان رعایت اصول اخلاقی و کارآفرینی زنان رابطه وجود دارد؟ دوم اینکه آیا بین هر یک از ابعاد اصول اخلاقی با کارآفرینی زنان رابطه وجود دارد؟ یافته های تحقیق مشخص کرد که بین رعایت اصول اخلاقی و کارآفرینی زنان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و همه شاخص های اخلاقی (درستی در کار، معاضدت، روابط انسانی و تعهد) به جز قانون گرایی دارای قدرت قابل تأثیر بر کارآفرینی زنان است. مقادیر بدست آمده از نرم افزار لیزرل نشان داد که شاخص تعهد، بیشترین تأثیر را در کارآفرینی زنان دارد.

کلید واژگان: اخلاق، اخلاق کار، کارآفرینی، کارآفرینی زنان

فهرست مطالب

مقدمه ۱

فصل اول: طرح تحقیق

۱-۱- تعریف مسئله ۴

۱-۲- پیشینه تحقیق ۵

۱-۳- اهمیت و ضرورت تحقیق ۷

۱-۴- اهداف تحقیق ۸

۱-۵- سؤالات تحقیق ۸

۱-۶- کاربرد تحقیق ۹

۱-۷- روش انجام تحقیق ۹

۱-۸- قلمرو زمانی تحقیق ۱۰

۱-۹- قلمرو مکانی تحقیق ۱۰

۱-۱۰- قلمرو موضوعی تحقیق ۱۰

۱-۱۱- جامعه آماری و روش نمونه گیری ۱۰

۱-۱۲- جنبه نوآوری تحقیق ۱۱

۱-۱۳- تعریف واژه ها ۱۱

فصل دوم: ادبیات تحقیق

۱۴	۱-۲-مقدمه
	۲-۲-کارآفرینی و کارآفرینی زنان
۱۵	۱-۲-۲-تعاریف و مفاهیم کارآفرینی
۱۶	۲-۲-۲-تعریف کارآفرینی زنان
۱۷	۳-۲-۲-دیدگاهها و تئوریهای کارآفرینی
۱۷	۱-۳-۲-۲-کارآفرینی از دیدگاه اقتصاددانان
۱۸	۲-۳-۲-۲-کارآفرینی از دیدگاه روانشناسان
۱۸	۳-۳-۲-۲-کارآفرینی از دیدگاه جامعه شناسان
۱۹	۴-۲-۲-انواع کارآفرینی
۱۹	۱-۴-۲-۲-کارآفرینی مستقل
۲۰	۲-۴-۲-۲-کارآفرینی درون سازمانی
۲۰	۳-۴-۲-۲-کارآفرینی سازمانی
۲۱	۵-۲-۲-فرایند کارآفرینی
	۶-۲-۲-ابعاد کارآفرینی
۲۲	۱-۶-۲-۲-رویکرد تک بعدی به کارآفرینی
۲۳	۲-۶-۲-۲-رویکرد چند بعدی به کارآفرینی
۲۳	۷-۲-۲-عوامل مؤثر بر کارآفرینی
۲۵	۸-۲-۲-عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان

- ۲۶-۹-۲-۲- پیامدها و آثار جانبی مثبت مترتب بر توسعه کارآفرینی.....
- ۲۷-۱۰-۲-۲- ویژگیهای کارآفرینان.....
- ۳۰-۱۱-۲-۲- انگیزه های کارآفرینان.....
- ۳۰-۱-۱۱-۲-۲- انگیزه های زنان کارآفرین.....
- ۳۱-۲-۱۱-۲-۲- تفاوت انگیزه های کارآفرینان زن و مرد.....
- ۳۲-۱۲-۲-۲- وضعیت اشتغال زنان در ایران.....
- ۳۳-۱۳-۲-۲- وضع کارآفرینی زنان در جهان.....
- ۳۴-۱۴-۲-۲- ضرورت و اهمیت کارآفرینی زنان در ایران.....
- ۳۶-۱۵-۲-۲- مقایسه مردان و زنان کارآفرین.....
-۱۶-۲-۲- فرهنگ و کارآفرینی.....
- ۳۷-۱-۱۶-۲-۲- عوامل فرهنگی.....
- ۳۷-۲-۱۶-۲-۲- فرهنگ و کارآفرینی.....
- ۳۸-۳-۱۶-۲-۲- فرهنگ کار در ایران.....
-۳-۲- اخلاق.....
- ۴۰-۱-۳-۲- تعریف اخلاق.....
- ۴۱-۲-۳-۲- موارد کاربردی اصطلاحی اخلاق.....
- ۴۱-۳-۳-۲- چهار رهیافت ممکن به علم اخلاق.....
- ۴۱-۱-۳-۳-۲- اخلاق فلسفی یا فرا اخلاق.....

- ۴۲..... ۲-۳-۳-۲- اخلاق هنجاری
- ۴۲..... ۳-۳-۳-۲- اخلاق توصیفی
- ۴۳..... ۴-۳-۳-۲- اخلاق کاربردی
- ۴۳..... ۴-۳-۲- نقش آفرینی های اخلاق
- ۴۵..... ۵-۳-۲- نسیت یا اطلاق اخلاق
- ۴۶..... ۶-۳-۲- مکاتب و تئوریهای اخلاقی
- ۴۷..... ۷-۳-۲- سطوح اخلاقیات
- ۸-۳-۲- مدلها یا نظریه های اخلاقیات
- ۴۸..... ۱-۸-۳-۲- تئوریهای هس مر
- ۵۱..... ۲-۸-۳-۲- مدل توسعه اخلاقیات لارنس کولبرگ
- ۵۴..... ۳-۸-۳-۲- مدل جنبه های سه گانه اخلاق
- ۵۵..... ۴-۸-۳-۲- نظریه تحول اخلاقی سازمانها
- ۵۶..... ۵-۸-۳-۲- مدل پنج محوری سازمان اخلاقی
- ۵۸..... ۹-۳-۲- اخلاق زیر مجموعه ارزش ها
- ۵۸..... ۱-۹-۳-۲- ارزش های اخلاقی در فرهنگ شرقی و اسلامی
- ۵۹..... ۲-۹-۳-۲- ارزشهای اخلاقی در فرهنگ غرب
- ۶۰..... ۱۰-۳-۲- تصمیم گیری اخلاقی و ارزشها
- ۶۲..... ۱۱-۳-۲- طبقه بندیهای اخلاق

- ۶۲..... ۱-۱۱-۳-۲ اخلاق فردی
- ۶۳..... ۲-۱۱-۳-۲ اخلاق کار(شغلی)
- ۶۴..... ۱-۲-۱۱-۳-۲ ابعاد اخلاق کاری
- ۶۴..... ۲-۲-۱۱-۳-۲ اصول اخلاقی اسلام در بعد اخلاق کار
- ۶۶..... ۳-۲-۱۱-۳-۲ اخلاق کار پروتستان
- ۴-۲-۱۱-۳-۲ سازمان و اخلاق کاری
- ۶۷..... ۱-۴-۲-۱۱-۳-۲ اخلاق و رفتار سازمانی
- ۶۹..... ۲-۴-۲-۱۱-۳-۲ عوامل مؤثر بر رفتار اخلاقی و غیر اخلاقی در سازمان
- ۷۱..... ۳-۴-۲-۱۱-۳-۲ اصول اخلاقی در سازمان
- ۷۳..... ۵-۲-۱۱-۳-۲ عرف جامعه ایران و اخلاق کار
- ۷۳..... ۶-۲-۱۱-۳-۲ زنان در دنیای کار و تأثیر آن بر اخلاق کار
- ۷۴..... ۷-۲-۱۱-۳-۲ مروری بر نظریه های مدیریت درباره اخلاق کار
- ۷۴..... ۱-۷-۲-۱۱-۳-۲ خصایص مدیران در ارتباط با اخلاق کار
- ۷۵..... ۳-۱۱-۳-۲ اخلاق حرفه ای
- ۷۶..... ۱۲-۳-۲ صفات اخلاقی در کسب و کار
- ۷۸..... ۴-۲ اخلاق و کارآفرینی
- ۸۱..... ۱-۴-۲ کارآفرینان چگونه تصمیمات اخلاقی می گیرند؟
- ۸۲..... ۲-۴-۲ ملاحظات اخلاقی بوجود آمده از کارآفرینی چیست؟

- ۵-۲- شاخص های پژوهش ۸۳
- ۶-۲- تحقیقات انجام شده پیرامون موضوع ۸۶
- ۷-۲- مدل مفهومی تحقیق ۹۹

فصل سوم: روش تحقیق

- ۱-۳- مقدمه ۱۰۱

- ۲-۳- روش تحقیق ۱۰۱

۳-۳- طبقه بندی متغیرهای تحقیق

- ۱-۳-۳- متغیرهای مستقل ۱۰۳

- ۲-۳-۳- متغیرهای وابسته ۱۰۴

- ۴-۳- روایی و پایایی پرسشنامه ۱۰۵

- ۵-۳- روش تجزیه و تحلیل داده ها ۱۰۷

- ۶-۳- جامعه آماری و روش نمونه گیری ۱۰۷

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل اطلاعات

- ۱-۴- مقدمه ۱۱۰

۲-۴- یافته های پژوهش

- ۱-۲-۴- تحلیل داده های توصیفی و متغیرهای جمعیت شناختی تحقیق ۱۱۱

- ۲-۲-۴- تحلیل نتایج پرسشنامه ۱۱۴

فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادها

۱-۵-مقدمه	۱۳۱
۲-۵-خلاصه تحقیق	۱۳۱
۳-۵-یافته ها و نتیجه گیری	۱۳۲
۴-۵-پیشنهادها و راهکارها	۱۴۰
۵-۵-محدودیت های تحقیق	۱۴۳
منابع	۱۴۵

پیوست

پرسشنامه

Abstract

فهرست جداول، نمودارها و اشکال و مدل ها

۱۷.....	جدول شماره ۱-۲.....
۱۸.....	جدول شماره ۲-۲.....
۲۷.....	جدول شماره ۳-۲.....
۳۸.....	جدول شماره ۴-۲.....
۷۶.....	جدول شماره ۵-۲.....
۷۸.....	جدول شماره ۶-۲.....
۱۱۱.....	جدول شماره ۱-۴.....
۱۱۲.....	جدول شماره ۲-۴.....
۱۱۳.....	جدول شماره ۳-۴.....
۱۱۴.....	جدول شماره ۴-۴.....
۱۱۵.....	جدول شماره ۵-۴.....
۱۱۵.....	جدول شماره ۶-۴.....
۱۱۶.....	جدول شماره ۷-۴.....
۱۱۷.....	جدول شماره ۸-۴.....
۱۱۸.....	جدول شماره ۹-۴.....
۱۱۸.....	جدول شماره ۱۰-۴.....
۱۱۹.....	جدول شماره ۱۱-۴.....

١٢٠.....	جدول شماره ٤-١٢
١٢١.....	جدول شماره ٤-١٣
١٢١.....	جدول شماره ٤-١٤
١٢٤.....	جدول شماره ٤-١٥
١٢٥.....	جدول شماره ٤-١٦
١٢٦.....	جدول شماره ٤-١٧
١٢٧.....	جدول شماره ٤-١٨
١٢٧.....	جدول شماره ٤-١٩
١٣٣.....	جدول شماره ٥-١
١٣٥.....	جدول شماره ٥-٢
٥٢.....	شكل شماره ٢-١
٦١.....	شكل شماره ٢-٢
٦٣.....	شكل شماره ٢-٣
٦٤.....	شكل شماره ٢-٤
٦٨.....	شكل شماره ٢-٥
١٢٢.....	شكل شماره ٤-١
١٢٨.....	شكل شماره ٤-٢
١١١.....	نمودار ٤-١

١١٢..... نمودار ٢-٤

١١٣..... نمودار ٣-٤

٥٤..... مدل ١-٢

٥٧..... مدل ٢-٢

٧٠..... مدل ٣-٢

مقدمه

در عصر حاضر به دلیل پیشرفت‌های علمی و فنی بازنمایی‌های ذهنی بشر از کره زمین به دهکده جهانی مبدل شده است. از آنجا که شبکه‌های ارتباطی بازارهای گوناگون تولید و عرضه خدمات را در سطح ملی، منطقه‌ای و جهانی به یکدیگر وصل ساخته و کلید ورود به این بازارهای جهانی را رقابت پذیری دانسته‌اند، بدیهی است که در این رقابت جهانی نه تنها کشورها، بلکه کلیه نهادها و افراد باید دائماً قابلیت‌های رقابت‌پذیری و سازگاری خود را افزایش دهند. (بدری و همکاران، ۱۳۸۵، ۷۴) پس از گذشت چندین دهه، کارآفرینی بیش از پیش در تولید محصولات و خدمات جدید، در سرتاسر جهان، مورد توجه قرار گرفته است و افراد و سازمان‌ها، به دنبال کارآفرین شدن هستند. هم‌افراد و هم‌شرکتهای بزرگ در حال تلاش هستند که فعایت‌های کارآفرینی خود را افزایش دهند. (Brenkert, 2009, p. 449)

از طرفی دیگر، کارآفرینی یک نقش مهم اخلاقی بوده و وضعیت اخلاقی کارآفرین از اهمیت بسزایی برخوردار است. اخلاق می‌تواند به عنوان مکانیزم ارتباطی بین اجتماع و امور شخصی باشد. (Anderson, Smith, 2007, p. 5) در طول تاریخ هرگز نمونه‌ای یافت نمی‌شود که جامعه‌ای بدون داشتن یک نظام اخلاقی پایدار بتواند به بقای خود ادامه دهد. در دو دهه گذشته دنیا شاهد توسعه کشورهای بزرگ بوده است. در یک نگاه اجمالی به این کشورها مشاهده شد، که یکی از مهمترین دلایلی که باعث نیل به چنین توسعه‌ای در آنها شده، توجه به اخلاق و تدوین اصول اخلاقی و پایبندی به آن اصول و ایجاد یک نظام اخلاقی یکپارچه در تمام سطوح و حرفه‌های گوناگون بوده است. این اصول بر مبنای برنامه‌ریزی درست از نظر اخلاق و وجدان کاری و حرفه‌ای در کشورهای توسعه‌یافته، سالهاست که به مورد اجرا گذاشته شده، اما مدت کوتاهی است که مورد توجه کشورهای در حال توسعه قرار گرفته است. (الوانی، ۱۳۸۳، ۱۰) رفتار غیراخلاقی در کسب و کار به یک مسئله مهم برای همه اعضای جامعه تبدیل شده است. فعالیت‌ها و رفتار اخلاقی در سازمان‌ها نگرانی مهمی برای فعالان و محققان می‌باشد افراد، درباره رفتار نامناسب سازمان‌ها و مدیران، درباره فعالیت‌های اخلاقی کارمندان نگران هستند. (Kincaid, et al, 2008, p. 470)

امروزه کارآفرینان با مشکلات اخلاقی چالش برانگیزی مواجه هستند. آن‌ها معمولاً در محیط‌های کاری پرتنش، فعالیت کرده و اغلب در تلاش برای تمرکز بر بازتاب اخلاقی تصمیمات خود می‌باشند.

تصمیمات آن ها می تواند آینده یک سازمان را تقویت یا به شدت تضعیف کند. (Hannafey, ۲۰۰۳, p.۹۹)

زنان در کشورهای در حال توسعه امید اول برای ارتقای خانواده ها و رشد و توسعه کشورهای خود هستند (گلرد، ۱۳۸۸، ۱۳۱) همچنین کارآفرینی زنان نقش مهمی را در اقتدار زنان و توسعه جوامع ایفا می کند. با توجه به اینکه زنان نیمی از جمعیت فعال کشور را تشکیل می دهند و در سال های اخیر رشد قابل توجهی در سطح تحصیلات و اشتغال زنان در جامعه ایران به وجود آمده است، لذا توجه به فعالیت های کارآفرینانه در این قشر از جامعه می تواند به رشد و توسعه اقتصادی کشور کمک شایانی نماید. (میرغفوری، ۱۳۸۸، ۳)

در این پژوهش، با استفاده از منابع و کنکاش در مبانی نظری، دو مقوله « کارآفرینی » و « اخلاق » با تأکید بر اخلاق کارآفرینی و چگونگی تعامل و ارتباط بین آنها، بررسی و مطالعات لازم صورت می گیرد. در این راستا، نخست ادبیات کارآفرینی و اخلاق و ارتباط بین آنها، مورد بحث قرار گرفته و پس از تحقیقات لازم مهمترین ابعاد ملاحظات اخلاقی در کارآفرینی زنان و تأثیر هر یک از این عوامل در کارآفرینی زنان ارائه خواهد گردید.

فصل اول

طرح تحقیق

۱-۱- تعریف مسئله

کارآفرینی به کار گرفتن خلاقیت برای تجاری ساختن ایده و خلق کسب و کار جدید، در عمل همزاد تاریخی بشر بوده است. در قلب کارآفرینی ابتکار، خلاقیت، تازگی و حساسیت نهفته است.

(Rogene, et al, ۲۰۰۵, p. ۳۰۷) کارآفرینی می تواند به عنوان فرایند کشف و توسعه فرصتها، به عبارت دیگر خلق ارزش برای سازمان موجود یا جدید درک شود. این تعریف تأکید می کند که کارآفرینی ذاتاً یک مفهوم پویا است. در این فرایند پویا، داشتن تعدادی هنجارهای سازمانی ثابت که راهنمای اخلاقی را پیشنهاد می دهد، می تواند سودمند باشد. در این مفهوم، آن مطرح است که فعالیتهای کارآفرینی اغلب، بیشتر در سازمانهای جدید به وجود می آیند. (Bortoff, ۲۰۰۴) با وجود اینکه تعدادی از تحقیقات تفاوت محکم و سازمان یافته بین کارآفرینان و غیر کارآفرینان را روی ابعادی مانند تحمل ریسک، اعلام کرده اند. بوکار و رزنتا،^۱ (۲۰۰۵) استدلال کردند که صفات مورد نیاز برای کارآفرینی موفق - نوآوری، خلاقیت، تازگی، حساسیت - به طور تئوریک و سازمان یافته برای تصمیم گیری اخلاقی حیاتی هستند و به این نتیجه رسیده اند که اخلاق و کارآفرینی به طور نزدیکی با هم همتراز شده اند. به طور مشابه دانهام^۲ و همکاران (۲۰۰۸) استدلال کردند که موفقیت کارآفرینی به نوآوری اخلاقی احتیاج دارد. (Harris et al, ۲۰۰۹, p. ۴۰۸)

توسعه کارآفرینی در یک کشور نیازمند اقدامات همه جانبه و هماهنگی در جنبه های مختلف سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، خانوادگی و حتی فردی است. زنان در کشورهای در حال توسعه، امید اول برای ارتقاء خانواده ها و رشد و توسعه کشورهای خود هستند. موفقیت زنان کارآفرین در این جوامع نه تنها سبب سود اقتصادی می شود بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی هم ایجاد می نماید. اما میلیونها زن در این کشورها با موانع ساختاری و فرهنگی در کسب و کار مواجه اند. رعایت اخلاقیات از سوی نیروی انسانی به هر چه بهتر شدن فرایند کارآفرینی زنان کمک می نماید. دامنه اخلاق را در حد رفتارهای فردی تلقی می کنند، اما رفتارهای فردی وقتی که در سطح جامعه یا نهادهای اجتماعی تسری پیدا می کند و شیوع می یابد، به نوعی به اخلاق جمعی تبدیل می شود که ریشه اش در فرهنگ جامعه می دواند و خود نوعی

^۱. Buchholz and Rosentha

^۲. Dunham

وجه غالب می‌یابد که جامعه را با آن می‌توان شناخت. (قراملکی، ۱۳۸۸) کارآفرینان امروزه منحصرأ با چالش مشکلات اخلاقی، مواجه شده‌اند. آنها معمولاً در محیط‌های کاری موفق فعالیت می‌کنند و آنها اغلب، تلاش می‌کنند که زمان و دورنمای مناسب برای بازتاب اخلاقی متمرکز شده، پیدا کنند. در عصر حاضر، مباحث اخلاقی در چارچوب منشور(کد)های اخلاقی و قوانین رفتار حرفه‌ای مشاغل پا به درون سازمانها نهاده است. به ویژه اگر این منشورها در بستر یک نظام ارزشی و اعتقادی یکپارچه، مانند ارزش‌های اسلامی، تدوین گردند همچون چتری فراگیر همه مصالح عمومی و حکومتی، سازمانی و شخصی را در برگرفته و نوعی وحدت، انسجام و هماهنگی میان عوامل برقرار می‌نماید. (الوانی، ۱۳۷۹)

بررسی تأثیر ملاحظات اخلاقی در کارآفرینی از طریق شفاف سازی واقعیت‌ها می‌تواند به توسعه کارآفرینی یاری رساند. از این رو بررسی شاخص‌های اخلاقی و ارتباط مشخص آن با کارآفرینی زنان و مفاهیم آن موضوعی است که در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است. این در حالی است که مراجع منتشره در زمینه کارآفرینی زنان بسیار زیاد است، اما بررسی این موضوع از دیدگاه اخلاقی نسبتاً ناچیز می‌باشد، در حالی که یکی از عواملی که کارآفرینی زنان را با مشکل مواجه می‌سازد عدم توجه کافی به موضوعات اخلاقی است.

۲-۱- پیشینه تحقیق

بطور اجمالی میتوان اذعان داشت که در تحقیقات داخلی به شکل مشخص تحقیقی در این حوزه انجام نشده است. خلاصه برخی از تحقیقاتی که تا حدی مرتبط بودند عبارتند از:

- نقش و تأثیر اصول اخلاقی در مدیریت شرکت ملی گاز، منطقه ۳، خلیلیان (۱۳۷۷) پایان نامه کارشناسی ارشد به راهنمایی: زهرا برومند، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز
- بررسی کیفیت اخلاق کاری مدیران آموزشی در مقطع متوسطه شهر اصفهان، زهره جبل عاملی (۱۳۸۱)، پایان نامه کارشناسی ارشد، به راهنمایی قربان علی سلیمی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان