

欄眉：朱承平專欄

主標：學歷，不是萬靈丹

主文：

每年新春過後，總有驪歌初唱的學子、剛剛退伍解甲的青年們，要投入職場，接受現實的挑戰。

從表面上看來，許多行業已經漸趨飽和，到處都是人浮於事、供過於求；但弔詭的是，仍有許多重要職缺找不到適當的人。

今天學歷全面提升的現象，對年輕世代當然是壓力，雖然念研究所已經成為普遍的學歷，有人戲稱碩士班已經成為「高級職業訓練所」，甚至說今天大學已經是六年制（大學＋研究所）而不再是四年制了，但不是所有的職務非要高學歷者才能勝任。

美國《財富》雜誌所列的 CEO，幾乎有一半的學歷未高於大學以上程度；美國流通業鉅子 Wal-mart、Home Depot，從創業伊始，就刻意不以學歷為取材用人的準繩。而日本一位化學諾貝爾獎得主，也是位大學生，並沒有碩博士學位。

事實上，若將太長的時間用在求學，會不會影響到創業或在業界攀升，也是要深思的課題。更何況，學歷固然要重視，但是「學力」，也就是競爭能力 competency 更加重要。許多服務業和資訊應用界，業主重視的是員工展現的實力，而不是那麼「考究」學位證書。

許多職種是以經驗為重，如電子類的線性 Linear 設計，機械類的製圖、模具，乃至生產管理、證券、餐飲管理、旅遊服務、工業設計、儲運、百貨零售……，都是以經驗取勝的。努力將工作做好，累積可貴的經驗，依然可以嶄露頭角、前程似錦。

今年大環境對年輕人固然是嚴峻的挑戰，但何嘗不是到處有生機？時代的鉅變，往往創造出許多新機會。這也說明為什麼具備複合型專業的人（譬如同時具備科技與商科背景，或者建築加上設計），往往在職場上因為風雲際會，剛好扣上時代的脈動，得以找到璀璨的前程。

不要太怨嘆自己所學不逢時，今天當紅的科系不一定永遠如日中天；相對的，今天冷門科系也有鹹魚翻身的可能。一度失寵的熱傳，由於能源問題日益受到重視，如今又成為就業市場的新寵兒。新聞與大眾傳播系畢業生，儘管電子與平面媒體就業市場供過於求，但是整合行銷傳播（Integrated Marketing Communication）與企業形象推廣卻方興未艾，這正是念傳播科系的新舞台。而傳統產業如工具機、工作母機，也同樣歷久不衰。

目前擁有的學歷，通常只有 5 年左右的指標作用，所以出社會 5 年後，不宜再以過去眩人的學歷為唯一的依恃，而應該以實績做為張本。離開校門後的終身學習及建立工作績效，才是取確保實力、讓自己日新月異不斷增值的利器。