

企業贊助的目的

提昇公司形象

- 公司為改變或提昇公眾、顧客或消費者對公司的形象與印象，常樂於贊助體育活動。尤其是一些高水準的比賽，因能吸引廣大觀眾的興趣，更是公司極力贊助的對象。

直接銷售公司的服務與產品

- 對有些公司來說，想在最少通路需求情況下，並在最短時間內銷售大量的產品或服務，體育活動的贊助，常可達到這種目的，並且這種在現場所完成的銷售，有助於公司產品未來的銷售。
- 產品銷售促銷，試用（吃），贈品券、折價券

通達一般通路無法接近的目標市場區隔

- 公司有時為圖經由公共報導、促銷等，以通達特定的市場區隔，選擇運動比賽的贊助，往往很容易達到這個目的。
- 許榮助保肝丸

善盡社會責任

- 有些公司老闆覺得，有義務對社會或生意所在的社區有所回饋，以善盡市民的責任。

獲得正面公共報導

- 企業贊助體育活動，是增加媒體對公司正面報導的有效率方法之一。溝通管道的機會，常是企業願意贊助運動的主要目的。

建立顧客和重要賓客與公司的關係

- 體育活動的贊助，常可邀請有名望的人士，政府官員或行業代表與會，這些人都是未來公司的可能消費者。

對公司所在社區經濟發展的貢獻

- 公司贊助地區性體育活動，帶給地區性商店不少商機。
- 中華汽車杯太魯閣慢跑 (住宿、餐飲、交通...)

不同企業贊助理由的優先順序

- 因為每一企業的性質和經營理念與哲學的不一致，導致他們贊助體育活動的主要理由會有優先順序的不同。
- 學者針對企業從事贊助活動優先性目的調查發現

不同企業對贊助的可能主要目的

贊助的企業類別	可能的主要贊助目的						
超級市場	1	2	3	6	7		
食物產品或點心業	1	2					
飯店業	1	2	3	6	7		
飲料業	1	2	6				
速食服務業	2	3	7				
銀行或金融業	2	3	4	5	6	7	
特製品業	2	7					
交通運輸業	2	4	7				

1 提高形象 2 直接銷售產品或服務 3 通達特定的目標市場
4 建立市民角色 5 正面公共報導 6 提高顧客和重要客戶關係
7 對當地經濟發展的貢獻