

Siła przetargowa dostawców	wysoka	niska
Konkurencja wśród dostawców		
Koszty zmiany dostawcy		
Zróżnicowanie wyrobów dostawców		
Możliwości sprzedaży bezpośrednio przez dostawców		

Groźba nowych wejść	wysoka	niska
Zróżnicowanie produktów		
Potrzeby kapitałowe wejścia na rynek		
Koszty zmiany dostawców przez klientów sektora		
Zapotrzebowanie rynku na tego typu produkty		

Siła przetargowa nabywców	wysoka	niska
Koncentracja nabywców		
Wolumen zakupu produktów firmy		
Zróżnicowanie produktów w sektorze		
Znaczenie produktów dla nabywcy		



Stopień rywalizacji między konkurentami	wysoka	niska
Liczba konkurencyjnych firm na rynku		
Stopa wzrostu sektora		
Zróżnicowanie produktów		
Bariery wejścia		

Groźba pojawienia się substytutów	wysoka	niska
Zróżnicowanie produktów w sektorze		
Zyski firm oferujących substytuty		
Wrażliwość cenowa nabywców		
Skuteczność zastępowania produktów sprzedawanych przez firmę innymi / substytucyjnymi		

Legenda:

X – wartość (wysoka lub niska) danego czynnika w badanym sektorze