

Глеб Зайцев

Маркетплейс в SQL. 18 задач для продавца и аналитика

Глеб Зайцев
Маркетплейс в SQL. 18 задач
для продавца и аналитика

<https://litres.ru/74419422>

SelfPub; 2026

Аннотация

Практическая книга для тех, кто хочет считать витрину маркетплейса не на глаз, а запросами. Внутри 18 задач на маленьких таблицах: доступность товара, просмотры карточек, корзины, заказы, остатки, карантин, цена конкурента, чистая прибыль, безопасный процент буста, возвраты, доставка, комиссии, тренд спроса и финальная строка дневного отчёта. Все примеры запускаются в SQLite, данные встроены прямо в книгу.

Содержание

Перед первой задачей	4
Маркетплейс любит маленькие ошибки	4
Как читать задачи	5
Маршрут по задачам	6
Практические задачи	7
Задача 1. Конверсия карточки в корзину и оплату	7
Задача 2. Найти реально доступные к продаже товары	10
Задача 3. Чистая прибыль по оплаченным заказам	13
Конец ознакомительного фрагмента.	15

Глеб Зайцев

Маркетплейс в SQL. 18 задач для продавца и аналитика

Перед первой задачей

Маркетплейс любит маленькие ошибки

Карточка может быть опубликована, но не продаваться из-за нулевого остатка, заморозки, карантина или убыточной цены.

Просмотры без корзин, корзины без оплат и продажи без чистой прибыли — разные проблемы. Их нельзя чинить одним и тем же действием.

Эта книга показывает, как разложить витрину на проверяемые SQL-метрики и быстрее увидеть реальный блокер роста.

Как читать задачи

Каждая задача использует короткую синтетическую выгрузку: офферы, остатки, просмотры, заказы, расходы, конкуренты или доставка.

Перед решением полезно назвать управленческое действие: пополнить остаток, переписать карточку, снизить риск буста, поднять цену или снять товар.

Это учебные примеры, а не инструкция по конкретному кабинету. Задача — научиться считать логику, которую потом можно перенести в реальную выгрузку.

Маршрут по задачам

1. Конверсия карточки в корзину и оплату
2. Найти реально доступные к продаже товары
3. Чистая прибыль по оплаченным заказам
4. Безопасный процент буста от продажи
5. Сравнить цену с минимальной ценой конкурента
6. Потерянный спрос из-за нулевого остатка
7. Карточки с просмотрами, но без корзин
8. Возвраты по SKU
9. Остатки по складам
10. Запросы покупателей без оплат
11. Позиция в выдаче и CTR
12. Опоздания доставки
13. Комиссия и прибыль по категориям
14. Отобрать товары с безопасной маржой
15. Трёхдневный тренд просмотров
16. Карточки без базового контента
17. Разделить органику и буст в продажах
18. Финальный дневной отчёт продавца

Практические задачи

Задача 1. Конверсия карточки в корзину и оплату

Рабочий вопрос

Нужно сравнить просмотры, добавления в корзину и оплаченные заказы по SKU, чтобы не смешивать проблемы трафика и карточки.

Данные

```
CREATE TABLE offer_stats(sku TEXT,
views INTEGER, carts INTEGER, paid_orders
INTEGER);
INSERT INTO offer_stats VALUES
('A',100,5,2),
('B',60,1,0),
('C',40,0,0);
```

Запрос

```
SELECT sku,  
views,  
carts,  
paid_orders,  
ROUND(carts * 100.0 / views, 2) AS  
card_conversion_pct,  
CASE WHEN carts = 0 THEN 0  
ELSE ROUND(paid_orders * 100.0 / carts,  
2)  
END AS order_from_card_pct  
FROM offer_stats  
ORDER BY views DESC;
```

Ожидаемый результат

```
[["A", 100, 5, 2, 5.0, 40.0], ["B", 60,  
1, 0, 1.67, 0.0], ["C", 40, 0, 0, 0.0, 0]]
```

Почему работает

card_conversion_pct показывает реакцию на карточку.

order_from_card_pct показывает, сколько корзин дошло до

оплаты.

Для нулевой корзины нужен отдельный CASE, чтобы не делить на ноль.

Где легко ошибиться

Если смотреть только просмотры, SKU С может казаться живым, хотя у него нет ни одной корзины.

Самостоятельная проверка

Какой SKU первым требует проверки названия, цены или обложки карточки?

Ответ: SKU С: просмотры есть, но корзин нет, значит карточка не убеждает покупателя.

Задача 2. Найти реально доступные к продаже товары

Рабочий вопрос

Нужно отделить опубликованные и покупаемые товары от карточек, которые формально есть, но заблокированы остатком или статусом.

Данные

```
CREATE TABLE offers(sku TEXT, status
TEXT, stock INTEGER, freeze INTEGER,
quarantine INTEGER);
INSERT INTO offers VALUES
('A', 'PUBLISHED', 25, 0, 0),
('B', 'PUBLISHED', 0, 0, 0),
('C', 'PUBLISHED', 10, 1, 0),
('D', 'PUBLISHED', 8, 0, 1),
('E', 'DRAFT', 30, 0, 0);
```

Запрос

```
SELECT sku, stock  
FROM offers  
WHERE status = 'PUBLISHED'  
AND stock > 0  
AND freeze = 0  
AND quarantine = 0  
ORDER BY sku;
```

Ожидаемый результат

```
[["A", 25]]
```

Почему работает

А опубликован и имеет положительный остаток.

В опубликован, но остаток равен нулю.

С и D исключены из-за freeze и quarantine.

Где легко ошибиться

Считать все PUBLISHED карточки активным ассортиментом опасно: часть витрины может быть недоступна к по-

купке.

Самостоятельная проверка

Почему DRAFT с остатком 30 не считается доступным товаром?

Ответ: Покупатель не видит черновик на витрине, поэтому остаток у DRAFT не создаёт продажу.

Задача 3. Чистая прибыль по оплаченным заказам

Рабочий вопрос

Нужно посчитать прибыль после комиссии, эквайринга, налога и себестоимости только по фактически оплаченным заказам.

Данные

```
CREATE TABLE orders(id INTEGER, status  
TEXT, gross INTEGER, market_fee INTEGER,  
acquiring INTEGER, tax INTEGER, cost  
INTEGER);
```

```
INSERT INTO orders VALUES  
(1, 'paid', 1000, 140, 20, 60, 200),  
(2, 'paid', 500, 70, 10, 30, 100),  
(3, 'new', 900, 126, 18, 54, 180);
```

Запрос

```
SELECT id,
```

```
gross,  
gross - market_fee - acquiring - tax -  
cost AS net_profit  
FROM orders  
WHERE status = 'paid'  
ORDER BY id;
```

Ожидаемый результат

```
[[1, 1000, 580], [2, 500, 290]]
```

Почему работает

В расчёт попадают только paid-заказы.

Заказ 1 даёт 1000 - 140 - 20 - 60 - 200.

Новый заказ 3 не должен попадать в прибыль.

Где легко ошибиться

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.