

# Arddangos y Cynllun Sgorio Hylendid Bwyd Ar-lein yng Nghymru: Rôl hylendid bwyd wrth wneud penderfyniadau

## 2.1 Mae hylendid a glendid ymhlith ystod eang o ffactorau y mae defnyddwyr yn eu gwerthfawrogi wrth wneud dewisiadau am fwyd

Mae defnyddwyr yn chwilio am wahanol fathau o wybodaeth wrth ddewis ble i brynu bwyd (boed fel tecawê, pryd eistedd i lawr, ac ati). Dywedodd cyfranogwyr wrthym am ystod eang o ffactorau gan gynnwys:

- **Ffactorau mwy ymarferol** fel lleoliad, cyllideb, dewisiadau ar y fwydlen, darpariaethau parcio, cyfeillgar i blant, rhwyddineb parcio/teithio, yn darparu ar gyfer gofynion deietegol
- **Ffactorau mwy emosiynol, goddrychol** fel blas bwyd, awyrgylch, tegwch brand

Mae'r flaenoriaeth a roddir i'r ffactorau hyn yn dibynnu'n fawr ar yr unigolyn a'r achlysur penodol, fel gyda phwy arall y maent yn bwyta, eu hwyliau neu eu chwaeth bersonol. Fodd bynnag, mae hylendid a glendid bron bob amser yn cael eu cynnwys i ryw raddau yn y broses gyffredinol o wneud penderfyniadau.

## 2.2 Mae dod o hyd i wybodaeth am hylendid ar-lein yn arbennig o anodd

Er y gallai defnyddwyr deimlo bod rhai ffactorau'n arbennig o bwysig yn eu proses gwneud penderfyniadau, nid yw hyn bob amser yn golygu gallu cael mynediad hawdd at wybodaeth am y ffactor hwnnw. Er enghraifft, mae'n dueddol o fod yn hawdd casglu gwybodaeth ar-lein am bethau fel dewisiadau ar y fwydlen, cyllideb neu leoliad, fel arfer trwy beiriant chwilio neu wefan y gweithredwr busnes bwyd ei hun.

Gall fod yn anoddach dod o hyd i wybodaeth am sut y bydd y bwyd yn blasu neu 'ansawdd' neu darddiad cynhwysion, er enghraifft. Yn yr un modd, dywedodd cyfranogwyr wrthym fod dod o hyd i wybodaeth am hylendid a glendid ar-lein yn arbennig o anodd.

## 2.3 Ar hyn o bryd mae defnyddwyr yn aml yn defnyddio dirprwyon (*proxies*) i helpu i bennu lefelau hylendid a glendid

Er mwyn datrys y tensiwn hwn, mae pobl yn aml yn defnyddio dirprwyon i bennu hylendid a glendid. Ar safleoedd ffisegol gweithredwyr busnesau bwyd, gall defnyddwyr ddefnyddio ffactorau fel edrychiad a theimlad bwyty, 'ymdeimlad' o gegin lân (yn enwedig lle mae gan safle gegin 'agored'), ansawdd gwasanaeth cwsmeriaid a chipolwg o'r bwyd sydd ar gael (ochr yn ochr â gwybodaeth am sgôr hylendid) i'w helpu i benderfynu a yw'r busnes yn hylan ai peidio. Ar-lein,

mae gan ddefnyddwyr lai o opsiynau, ond gallant ddefnyddio adolygiadau cwsmeriaid a lluniau a rennir naill ai gan gwsmeriaid eraill neu'r gweithredwyr busnesau bwyd eu hunain i helpu i bennu hylendid a glendid.

**“Weithiau byddaf yn eu ffonio er mwyn clywed eu llais... O siarad â rhywun, gallwch gael synnwyr o ran a yw'n fath o le yr hoffech chi fwyta ynddo” – Caerdydd**

## **2.4 Mae gan ddefnyddwyr ddisgwyliadau o ran glendid ac ansawdd sefydliadau y tybir eu bod o safon uwch (*higher end*), tra bod mwy o bryderon ynghylch hylendid bwyd mewn siopau tecawê**

Ar gyfer sefydliadau safon uwch, mae tuedd i ddefnyddwyr gymryd hylendid bwyd da yn ganiataol, ac mae'n fwy o ddisgwyliad. I'r gwrthwyneb, mae hylendid yn fwy o bryder yn achos sefydliadau bwyd cyflym, siopau tecawê a sefydliadau bwyta anffurfiol (*casual*). Mae defnyddio sianeli ar-lein yn peri hyd yn oed yn fwy o bryder i ddefnyddwyr oherwydd y canlynol:

1. Nid yw defnyddwyr yn gallu defnyddio ciwiau glendid 'yn y siop' fel ffordd cyflym o nodi hylendid bwyd
2. Yn ddiweddar, mae'r cyfryngau wedi rhoi sylw i arferion busnes busnesau bwyd ar-lein, hynny yw "rhith-geginau" (*dark kitchens*), diffyg rheoli ansawdd gan agregwyr

**“[pan fyddwch chi ar-lein] nid oes modd gweld y sgôr ar y drws” – Wrecsam**

**“Roedd rhywbeth yn y newyddion heddiw – bod rhywrai wedi casglu ychydig o offer cegin a'u gosod mewn cabanau maes parcio ac roedden nhw'n gwneud y bwyd yno.... Nid oedd yn mynd i'r afael â materion hylendid a hylendid amgylcheddol.... Felly mae hynny yng nghefn fy meddwl” – Caerdydd**