

BWYD A DIOD CYMRU FOOD AND DRINK WALES



Llywodraeth Cymru
Welsh Government

www.gov.wales



Marchnadoedd Ffermwyr a Digwyddiadau Bwyd

Ffactorau llwyddiant a gwersi a ddysgwyd

Mawrth 2016

Cyswllt Llywodraeth Cymru

Is-adran Bwyd
Llywodraeth Cymru
FoodDivisionalBusiness@wales.gsi.gov.uk

Llun y clawr blaen: Marchnad Ffermwyr Wrecsam
Pob llun trwy garedigrwydd Llywodraeth Cymru

Crynodeb

Ynglŷn â'r ddogfen hon

Comisiynwyd y gwaith ymchwil hwn i gyfrannu at ddatblygu dealltwriaeth ddyfnach o'r cyfleoedd i fusnesau bwyd a diod sy'n dewis marchnata eu cynnyrch yn uniongyrchol drwy farchnadoedd ffermwyr a/neu ddigwyddiadau bwyd rheolaidd eraill. Y bwriad hefyd oedd nodi ffactorau a fu'n allweddol i lwyddiant sefydlu marchnadoedd ffermwyr a digwyddiadau bwyd, yn ogystal ag unrhyw wersi a ddysgwyd.

Mae i'r rhan fwyaf o waith ymchwil ei gyfyngiadau ac nid eithriad yw'r astudiaeth hon. Oherwydd y cyfyngiadau ar adnoddau i ymgymryd â'r astudiaeth, nid oedd yn bosibl cysylltu â phob un o'r marchnadoedd i weld â ydynt yn weithredol ar hyn o bryd. Ar gyfer elfen arolwg yr ymchwil, nid oedd cronfa ddata gynhwysfawr ar gael o gynhyrchwyr sy'n mynychu marchnadoedd yng Nghymru. Yn sgil hynny, mae'r sampl a ddefnyddiwyd wedi'i chymryd o restr o gynhyrchwyr sy'n arddangos mewn gwyliau bwyd a ariennir gan Lywodraeth Cymru. Er nad yw cyfyngiadau o'r fath yn anarferol ar gyfer y math hwn o astudiaeth, mae angen rhoi sylw iddynt wrth ystyried canfyddiadau'r gwaith ymchwil.

Cyflwyno'r Cefndir

Mae Llywodraeth Cymru wedi gosod amcan strategol clir i'r sector bwyd a diod yng Nghymru, sef tyfu 30 y cant erbyn y flwyddyn 2020. Dylai'r penderfyniadau a wneir gan y Llywodraeth a'r ymyriadau a wnânt, neu'r cymorth a ddarparant, gael eu gyrru gan ddeilliannau. Ni ddylai marchnadoedd ffermwyr, felly, gael eu cynorthwyo heb sicrwydd o effaith fuddiol a chyfraniad at gylch gwaith ehangach Llywodraeth Cymru.

Dyma, felly, yw'r cwestiwn: A all marchnadoedd ffermwyr/bwyd gyfrannu at gyflawni amcan Llywodraeth Cymru ar gyfer y sector? Ac os felly, sut? Dyma gwestiynau a drafodir yn yr adroddiad hwn.

Mae'r diffiniad traddodiadol o farchnadoedd ffermwyr yn canolbwyntio ar gynhyrchwyr a chynnyrch lleol. Ond gwelwyd yn yr astudiaeth hon bod marchnadoedd bwyd wedi esblygu, ac felly hefyd y gadwyn gyflenwi bwyd a diod, ac mae amrywiaeth o ddulliau 'gwerthiant uniongyrchol' bellach yn cynnig eu hunain i gynhyrchwyr. Felly dylai'r drafodaeth ynglŷn â marchnadoedd ffermwyr fod wedi digwydd fel rhan o drafodaeth ehangach am ddefnyddio gwerthiant uniongyrchol fel modd o helpu cynhyrchwyr i dyfu.

Niferoedd yng Nghymru

Mae'r gwaith ymchwil hwn wedi nodi cyfanswm o 108 o farchnadoedd yng Nghymru. Canolbwyntiwyd ar farchnadoedd a oedd yn cynnig bwyd a diod yn yr hyn y maent yn cynnig. Ond nid oedd yn rhaid iddynt fod yn farchnadoedd ffermwyr neu fwyd yn benodol. Roedd 35 o'r marchnadoedd yn ystyried eu hunain yn 'farchnadoedd ffermwyr'.

Ymyriadau Blaenorol

Cafwyd nifer o fentrau yng Nghymru a geisiai gynorthwyo marchnadoedd ffermwyr. Beirniadwyd nifer o fentrau am iddynt gael eu datblygu'n bennaf yn annibynnol ar ffermwyr, tyfwyr a threfnwyr marchnadoedd. Arweiniodd hyn at newid i weithredu mewn ffordd sy'n cael ei arwain gan y farchnad, ac estynnodd Llywodraeth Cymru wahoddiad i'r sector i gynnig prosiectau a syniadau. Ond ni arweiniodd hynny at ddatblygu unrhyw brosiectau, gan ysgogi'r awgrym bod diffyg capasiti yn y sector. Y cwestiwn anochel yn hyn o beth felly yw a oes unrhyw ddiben pellach mewn ceisio datblygu'r sector yn y ffyrdd hyn.

Roedd ariannu O'r Fferm i'r Fforc o 2009 ymlaen yn gydnabyddiaeth bod posib cynorthwyo marchnadoedd ffermwyr (a gwerthiant uniongyrchol yn fwy cyffredinol) drwy geisio ysgogi'r galw gan y cyhoedd (hynny yw, y defnyddwyr). Mewn gwerthusiad o'r prosiect, daethpwyd i'r casgliad mai anodd iawn yw barnu llwyddiant y fenter yn y pen draw o ran cynyddu'r galw am gynnyrch lleol a chynnyrch yn uniongyrchol gan gynhyrchwyr. Ond pwysig yw cydnabod bod dull 'ar sail galw' i gynyddu gwerthiant uniongyrchol, yn ogystal â dull 'ar sail cyflenwi'.

Mae'r arfer o brosiectau'n cael eu harwain gan y diwydiant yn parhau yn achos y Cynllun Datblygu Gwledig (2014-2020) dan arweiniad Llywodraeth Cymru, sydd ag amrywiaeth o brosiectau a rhaglenni yn cael eu datblygu ar hyn o bryd. Ond mae angen i'r rhai hynny sy'n datblygu'r sector bwyd a diod yng Nghymru fod yn ymwybodol bod profiad rhaglenni Cronfeydd Strwythurol blaenorol yng Nghymru yn awgrymu bod perygl y gallai dull o'r fath fod yn anodd ei gydlyn, gan arwain at ddiffyg strategaeth glir.

Manteision Marchnadoedd Ffermwyr a Gwersi a Ddysgwyd

Mae'r ymchwil a wnaed i fanteision marchnadoedd ffermwyr a marchnadoedd yn fwy cyffredinol yn gadarnhaol. Gwelwyd bod marchnadoedd yn arwain at amrywiaeth eang o elfennau cadarnhaol, gan gynnwys manteision economaidd, cymdeithasol ac amgylcheddol. Gallai'r potensial hwn i greu manteision niferus fod yn fuddiol iawn i'r sector cyhoeddus, gan ei fod yn cynnig cyfle i gyfrannu at gyflawni amcanion niferus drwy un ymyriad unigol. Yn wir, mae Deddf Llesiant Cenedlaethau'r Dyfodol (Cymru) 2015 yn rhoi cyfrifoldeb ar sefydliadau'r sector cyhoeddus i ystyried nifer o nodau llesiant ac egwyddorion datblygu cynaliadwy yn eu gweithgarwch.

Ond y mae'n llai eglur p'un a yw'r effeithiau yn ddigon cryf o'u cyfuno neu mewn unrhyw un o'r meysydd hynny i gyfiawnhau'r ymyriad o gymharu ag effaith bosibl defnyddio'r arian sydd ar gael mewn ffyrdd eraill, arian sy'n anochel o fod yn gyfyngedig.

Cyflweliadau â Chynhyrchwyr

Cynhaliwyd cyflweliadau â 112 o gynhyrchwyr, 62 a oedd yn mynychu marchnadoedd ffermwyr a 50 nad oedd yn gwneud hynny. Efallai mai'r canfyddiadau allweddol yw bod y cynhyrchwyr hynny sy'n mynychu marchnadoedd ffermwyr/bwyd o'r farn y buont yn bwysig iawn iddynt wrth ddatblygu eu busnes.

Er bod gwerthiant yn amlwg yn bwysig, nid dyma'r unig reswm y mae cynhyrchwyr yn gweld gwerth mewn marchnadoedd; mae cael cyswllt gyda chwsmeriaid a'r cyfle i drafod eu cynnyrch gyda nhw o leiaf cyn bwysiced os nad pwysicach. Dealladwy felly yw bod nifer y bob sy'n ymweld â'r farchnad yn ffactor allweddol i gynhyrchwyr. Ond mae lleoliad, yn arbennig o ran y pellter o ganolfan y cynhyrchwr, hefyd yn bwysig iawn.

Cyfweliadau â Threfnwyr Marchnadoedd

Cynhaliwyd cyfweliadau ffôn â 60 o unigolion sy'n gyfrifol am farchnadoedd yng Nghymru sydd â bwyd ymhlith eu cynnyrch. Drwy'r cyfweliadau hyn, nodwyd yr amrywiaeth o bobl a sefydliadau sy'n ymwneud â'r gwaith o reoli marchnadoedd yng Nghymru, gan gynnwys grwpiau gwirfoddol bach, busnesau ac awdurdodau lleol; y mae'n bell o fod yn grŵp unffurf. Mae hyn yn debygol o olygu y gallai unrhyw ymyriad yn y sector fod yn fwy cymhleth na'r hyn y byddai'n ymddangos i gychwyn. Y mae'n annhebygol iawn y bydd un ateb yn addas i bob sefyllfa.

Roedd llawer o'r materion a nodwyd yn ystod y cyfweliadau yn gyson â'r rhai a nodwyd mewn llenyddiaeth ynglŷn â marchnadoedd ffermwyr, yn arbennig mewn perthynas â chynhwysion allweddol marchnad lwyddiannus, sef yn fwyaf nodedig yr angen i allu darparu cynnyrch lleol o ansawdd uchel, ac nid peth hawdd yw hyn bob amser.

Meddai'r rhan fwyaf o'r ymatebwyr fod eu marchnad yn gynaliadwy yn ariannol. Meddai'r rhan fwyaf hefyd mai ychydig iawn (os o gwbl) o gymorth yr oeddynt yn derbyn, boed yn gymorth ariannol neu fel arall. Ond ystyriwyd mai'r heriau allweddol sy'n wynebu marchnadoedd yw cynyddu nifer yr ymwelwyr a chystadleuaeth gan archfarchnadoedd. Y mathau o anghenion o gymorth a nodwyd amlaf, felly, oedd hyrwyddo a hysbysebu'r farchnad, ac mae hyn yn gyson â barn y cynhyrchwyr pan ofynnwyd iddynt roi eu barn ar y gymorth sydd ei angen arnynt i helpu marchnadoedd i ddatblygu.

Casgliad

Gan ddychwelyd at ein cwestiwn cychwynnol, a all cynorthwyo marchnadoedd ffermwyr/bwyd fod o gymorth i gyflawni uchelgais Llywodraeth Cymru i dyfu'r sector gan 30 y cant erbyn 2020? Mae'n ymddangos mai'r ateb syml i'r cwestiwn hwnnw yw 'gall'. Mwy na thebyg y gall drwy helpu busnesau sy'n mynychu'r marchnadoedd i dyfu. Yr hyn na all yr astudiaeth hon ddweud yw ai dyma'r ffordd fwyaf effeithiol ac effeithlon i helpu'r busnesau hynny i dyfu; ni roddir ystyriaeth i ffyrdd eraill posibl i gyflawni'r amcan yn yr adroddiad hwn.

Er y dylid canolbwyntio ar y cynhyrchwyr, ni ddylid osgoi'r sgil-fanteision sy'n cael eu creu gan y marchnadoedd, yn arbennig yng ngoleuni'r newid yn y dull o weithredu sydd ei angen yn sgil cyflwyno Deddf Llesiant Cenedlaethau'r Dyfodol. Byddai'r sgil-fanteision hyn yn cynnwys y manteision cymdeithasol y gall y marchnadoedd eu creu yn y gymuned leol a'r cyfraniad y gallai marchnad wneud i adfywio canol trefi drwy ddenu pobl i'r ardal.

Ni ddylai'r awgrym y dylid canolbwyntio ar gynorthwyo cynhyrchwyr i ddatblygu 'gwerthiant uniongyrchol', yn hytrach na gwerthiant drwy farchnadoedd ffermwyr neu fathau eraill o farchnadoedd, gael ei ystyried yn argymhelliad na ddylai marchnadoedd gael eu cynorthwyo. Mae marchnadoedd yn un o'r cyfryngau sydd ar gael i Lywodraeth Cymru ac mae'n debygol bod iddi rôl bwysig i'w chwarae, yn arbennig mewn perthynas â'r cyswllt uniongyrchol y mae'n ei hwyluso rhwng cynhyrchwyr a defnyddwyr. Ond nid yw'n ymddangos y byddai canolbwyntio ar farchnadoedd yn unig yn briodol, o ystyried y ffordd y mae'r sector a'r gadwyn gyflenwi yn parhau i esblygu.

Fodd bynnag, nid yw cynorthwyo marchnadoedd bwyd o anghenraid yn golygu darparu cymorth uniongyrchol i'r marchnadoedd. Rhagwelwn dri maes neu bwynt eang iawn lle y gellid gwneud ymyriadau ar hyd y gadwyn gyflenwi:

- a) Cymorth i gynhyrchwyr sy'n eu galluogi i werthu eu cynnyrch yn uniongyrchol i ddefnyddwyr;
- b) Cymorth i farchnadoedd bwyd fel modd i greu perthynas rhwng cynhyrchwyr a defnyddwyr;
- c) Cymorth sy'n cynyddu'r galw am gynnyrch sy'n cael ei gyflenwi'n uniongyrchol gan gynhyrchwyr.

Dull (b) yn unig sy'n golygu cynorthwyo'r marchnadoedd yn uniongyrchol. Ond byddai dulliau (a) ac (c) yn fuddiol i farchnadoedd, yn eu trefn, drwy gynyddu ansawdd ac amrywiaeth y cynhyrchwyr a all fasnachu yn eu digwyddiadau, a chynyddu nifer yr ymwelwyr mewn digwyddiadau.



Marchnad y Rhath, Caerdydd

Marchnadoedd Ffermwyr a Digwyddiadau Bwyd:
Ffactorau llwyddiant a gwersi a ddysgwyd

Marchnadoedd Ffermwyr a Digwyddiadau Bwyd

Ffactorau llwyddiant a gwersi a ddysgwyd

Y Prif Adroddiad

Cynnwys

Crynodeb.....	2
Cyflwyniad.....	9
Cyflwyno'r Cefndir	10
Ymyriadau Blaenorol y Sector Cyhoeddus yng Nghymru a Mentrau sy'ncael eu Datblygu	15
Adolygiad o Lenyddiaeth: Manteision Marchnadoedd Ffermwyr a Gwersi a Ddysgwyd.....	23
Niferoedd yng Nghymru	26
Barn Cynhyrchwyr	29
Barn Trefnwyr Marchnadoedd	37
Casgliadau	46
Atodiad 1: Canllawiau Manwl ar Ardystiad Marchnad Ffermwyr FARMA	51
Atodiad 2: Crynodeb o Gyfnodau Menter o'r Fferm i'r Fforch	54
Atodiad 3: Prosiectau sydd ar y Gweill	57
Atodiad 4: Adolygiad o Lenyddiaeth a Chyfeirnodau.....	59
Atodiad 5: Cyfeirnodau.....	65
Atodiad 6: Rhestr o Farchnadoedd a Nodwyd.....	68
Atodiad 7: Astudiaethau Achos	70

Cyflwyniad

Ym mis Tachwedd 2015, comisiynodd Wavehill gan Is-adran Bwyd Llywodraeth Cymru i wneud gwaith ymchwil i gyfrannu at ddatblygu dealltwriaeth ddyfnach o'r cyfleoedd i fusnesau bwyd a diod sy'n dewis marchnata eu cynnyrch yn uniongyrchol drwy farchnadoedd ffermwyr a/neu ddigwyddiadau bwyd rheolaidd eraill. Y briff hefyd oedd nodi ffactorau llwyddiant marchnadoedd ffermwyr a digwyddiadau bwyd sefydledig, yn ogystal ag unrhyw wersi a ddysgwyd. Mae'r gwaith ymchwil hefyd yn seiliedig ar wybodaeth a phrofiad oddi mewn i Wavehill fel awduron gwerthusiadau amrywiaeth eang o brosiectau a rhaglenni yng Nghymru yn y blynyddoedd diwethaf.

Roedd y gwaith ymchwil a wnaed wrth baratoi'r adroddiad hwn yn cynnwys:

- Adolygiad o lenyddiaeth a gyhoeddwyd mewn perthynas â marchnadoedd ffermwyr a mentrau blaenorol i gynorthwyo datblygiad marchnadoedd yng Nghymru (Penodau 2, 3 a 4);
- Amcangyfrif o nifer y marchnadoedd yng Nghymru (Pennod 5);
- Cyfweiliadau ffôn â sampl o fwy na 100 o gynhyrchwyr yng Nghymru ynglŷn â marchnadoedd ffermwyr a digwyddiadau bwyd, yn arbennig o ran sut maent yn elwa o arddangos (Pennod 6);
- Cyfweiliadau ffôn â sampl o 60 o drefnwyr marchnadoedd yng Nghymru i drafod amrywiaeth o faterion ynglŷn â'u marchnadoedd (Pennod 7).

Daw'r adroddiad i glo ym Mhennod 8, sy'n dod â chasgliadau'r gwaith ymchwil ynghyd.

Darparwyd llawer o wybodaeth yn yr atodiadau a allai fod o ddiddordeb i rai sy'n dymuno cael gwybodaeth bellach.

Pwyntiau allweddol

- Uchelgais Llywodraeth Cymru yw tyfu'r sector bwyd a diod yng Nghymru gan 30 y cant erbyn 2020.
- Bu pwyslais cynyddol ar wella effeithlonrwydd yn y gadwyn gyflenwi bwyd a diod dros y blynyddoedd gan ymateb i ddisgwyliadau newidiol cwsmeriaid a chystadleuaeth gynyddol.
- Diffiniad sylfaenol 'marchnad ffermwyr' yw marchnad fwyd lle mae ffermwyr a chynhyrchwyr yn dod a'u cynnyrch i'w werthu'n uniongyrchol i'r cyhoedd.
- Ond mae marchnadoedd bwyd yn esblygu, ac mae nifer o fathau eraill o farchnadoedd yn bodoli sy'n rhannu'r un nod cyffredin, sef caniatáu i gynhyrchwyr werthu eu cynnyrch yn uniongyrchol i ddefnyddwyr.

Cyd-destun Strategol

Mae bellach angen i unrhyw adolygiad o'r cyd-destun strategol y mae prosiect neu raglen sy'n derbyn arian cyhoeddus yng Nghymru yn gweithredu ynddo gychwyn gyda [Deddf Llesiant Cenedlaethau'r Dyfodol \(Cymru\) 2015](#). Yng ngeiriau'r Ddeddf, y mae wedi'i llunio i'r "cyrff cyhoeddus...feddwl mwy am y tymor hir, gweithio'n well gyda phobl a chymunedau a chyda'i gilydd, ceisio atal problemau a chymryd ymagwedd fwy cysylltiedig".

Y mae'n rhoi saith o nodau llesiant yn eu lle y mae'n *rhaid* i sefydliadau'r sector cyhoeddus (gan gynnwys Gweinidogion Cymru) weithio tuag at eu cyflawni:

- | | |
|-----------------------|---------------------------------------|
| • Cymru ffyniannus; | • Cymru o gymunedau cydlynus; |
| • Cymru mwy cadarn; | • Cymru â diwylliant bywiog lle mae'r |
| • Cymru iachach; | Gymraeg yn ffynnu; |
| • Cymru fwy cyfartal; | • Cymru sy'n gyfrifol yn fyd-eang. |

Pwysig yw nodi mai *cyfuniad o nodau ydynt*; mae'r Ddeddf yn ei gwneud yn glir bod yn rhaid i'r cyrff cyhoeddus a restrir weithio i gyflawni pob un o'r nodau, nid un neu ddau yn unig.

Mae'r Ddeddf hefyd yn rhoi yn ei lle 'egwyddor datblygu cynaliadwy' sy'n dweud wrth sefydliadau sut i fynd ati i gyflawni eu dyletswydd o dan y Ddeddf. Nodir pum peth y mae angen i gyrff cyhoeddus eu hystyried er mwyn dangos eu bod wedi glynu wrth egwyddor datblygu cynaliadwy:

- Yr angen i gydbwysu anghenion tymor byr a thymor hir;
- Gweithredu i atal problemau rhag digwydd neu rag gwaethygu;
- Integreiddio â phob un o nodau ac amcanion llesiant cyrff cyhoeddus eraill ac effaith bosibl arnynt;
- Cydweithio ag eraill
- Cynnwys pobl.

Y [Rhaglen Lywodraethu](#) yw cynllun Llywodraeth Cymru ar gyfer tymor 2011-2015 y Cynulliad Cenedlaethol. Mae'n cynnwys ymrwymiad i ddatblygu cynllun cyflawni i ategu'r gwaith o gyflawni'r strategaeth ar gyfer y sector bwyd a diod, Bwyd i Gymru, Bwyd o Gymru. Mae Llywodraeth Cymru yn ystyried bod y sector bwyd a ffermio yn allweddol i economi Cymru, ac o'r herwydd y mae'n un o'i naw o [sectorau blaenoriaeth](#).

Cyhoeddwyd [Tuag at Dwf Cynaliadwy: Cynllun gweithredu'r diwydiant bwyd a diod 2014-2020](#) gan Lywodraeth Cymru yn 2014 ac mae'n rhoi manylion uchelgais i dyfu'r sector bwyd a diod yng Nghymru gan 30 y cant erbyn 2020, i fod yn ddiwydiant sydd â throsiant o £7 biliwn.

Mae meysydd gweithredu allweddol y cynllun yn cynnwys:

- Sefydlu Bwrdd Diwydiant Bwyd a Diod Cymru i ddarparu arweiniad a chyfeiriad i'r diwydiant;
- Datblygu hunaniaeth fasnachu ymhellach ('Bwyd a Diod Cymru');
- Addysg, Hyfforddiant, Sgiliau ac Arloesi;
- Twf Busnes a Datblygu'r Farchnad;
- Diogelwch Bwyd a Sicrwydd Bwyd.

Mae Twf Busnes a Datblygu'r Farchnad yn fater sy'n arbennig o berthnasol i'r materion a drafodir yn yr adroddiad hwn. Mae'r camau a nodwyd oddi mewn i'r thema hon yn cynnwys:

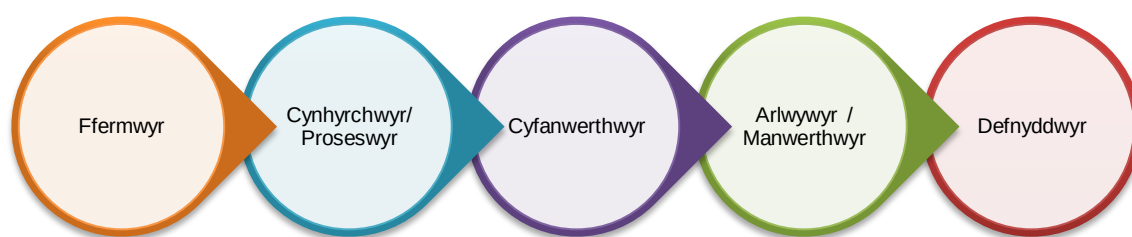
- Mwy o gymorth tuag at integreiddio'r gadwyn gyflenwi (gweithred 22);
- Datblygu opsiynau ar gyfer cynllun dosbarthu/gweithrediadau bwyd er mwyn i fusnesau bwyd yng Nghymru oresgyn y problemau a'r costau sy'n wynebu busnesau bach wrth iddynt geisio cael mynediad i'r farchnad (gweithred 23);

- Cymorth i amrywiaeth o ddigwyddiadau ac atyniadau twristiaeth yng Nghymru sy'n cael eu harwain gan fusnesau a chan y gymuned a all godi proffil y diwydiant bwyd a diod yng Nghymru. Nodir hefyd yr angen i fireinio'r broses o nodi'r cymorth mwyaf priodol i ddigwyddiadau unigol sy'n cydnabod mentrau ehangach a'r gwerth ychwanegol sydd i lawer o ddigwyddiadau o ran datblygu economaidd lleol, gweithgarwch addysgol a datblygu'r farchnad (gweithred 36).

Y Gadwyn Gyflenwi Bwyd a Diod

Mae cyfeiriadau drwy gydol yr adroddiad hwn at y gadwyn gyflenwi bwyd a diod, sy'n cychwyn gyda'r cynhyrchwyr cynradd ac yn gorffen gyda'r defnyddwyr terfynol. Y mae felly yn cynnwys cynhyrchwyr cynradd (ffermwyr), prosesu, cynhyrchu, cyfanwerthu, manwerthu a lletygarwch (fel a ddangosir yn y darluniad isod).

Ffigur 2.1: Darluniad o'r gadwyn gyflenwi bwyd a diod sylfaenol



Mae cadwyni cyflenwi yn newid gydag amser ac nid eithriad yn hyn o beth yw'r gadwyn gyflenwi bwyd a diod, wrth i bwyslais cynyddol gael ei roi ar effeithlonrwydd yn y gadwyn mewn ymateb i newid yn nisgwyladau cwsmeriaid a chystadleuaeth gynyddol.

Un enghraifft o hyn yw y gallai ffermwyr geisio osgoi llwybrau traddodiadol i'r farchnad drwy werthu eu cynnyrch yn uniongyrchol i ddefnyddwyr, drwy farchnad ffermwyr er enghraifft. Mae siopau fferm yn enghraifft arall o werthu'n uniongyrchol fel hyn.

Yn yr un modd, gallai manwerthwyr geisio delio'n uniongyrchol â chynhyrchwyr gan osgoi rhyngfasnachwyr er mwyn ceisio lleihau costau cynhyrchu, gan gynyddu elw a/neu ddal cyfran fwy o farchnad sy'n fwyfwy cystadleuol.

Mae'r gadwyn fwyd 'o'r fferm i'r fforch' yng Nghymru (gan gynnwys manwerthu) yn cynnwys:

- 23,300 o fusnesau
- £17.3 biliwn o drostiant
- 170,000 o swyddi

Ffynhonnell: Llywodraeth Cymru

Diffiniad o Farchnad Ffermwyr

Y diffiniad sylfaenol yw marchnad fwyd lle mae ffermwyr a chynhyrchwyr yn dod â'u cynnyrch i'w werthu'n uniongyrchol i'r cyhoedd. Mae rheolau i farchnadoedd ffermwyr, sydd fel arfer yn cynnwys na ellir gwerthu bwyd a brynwyd i mewn ac y dylai bwyd fod gan gynhyrchwyr lleol, a'r marchnadoedd unigol sydd i farnu be sy'n 'lleol'.

Ond nid marchnad ffermwyr yw'r unig 'farchnadoedd bwyd' sy'n bodoli. Yn y ddogfen [Guide to Food Markets in Ireland \(2014\)](#), mae Bord Bia (Bwrdd bwyd Iwerddon) yn nodi mwy na 150 o 'farchnadoedd bwyd' yn Iwerddon, sy'n cynnwys:

- **Marchnadoedd ffermwyr traddodiadol:** sy'n gwerthu cynnyrch *wedi'i dyfu ar fferm* a chynnyrch *gwerth ychwanegol* oddi mewn i radiws lleol llym. Mae'r tyfwr/cynhyrchwr yn gwerthu'n uniongyrchol i'r defnyddiwr.
- **Marchnadoedd ffermwyr:** yn fwy goddefol o ran radiws daearyddol, o bosibl yn caniatáu cynhyrchwyr o unrhyw le i fasnachu os ydynt yn gynhyrchwyr *cynradd* neu *eilaidd*.
- **Marchnadoedd bwyd:** yn cynnwys ffermwyr a chynhyrchwyr sy'n defnyddio cynnyrch sydd â'i darddiad yn lleol, neu gynnyrch wedi'i gael o dramor. Mae'r tyfwr/cynhyrchwr yn gwerthu'n uniongyrchol i'r defnyddiwr.
- **Marchnadoedd bwyd rhyngwladol:** a all gwmpasu'r cyfan o'r uchod, ynghyd ag adwerthwyr, hynny yw stondinwyr sy'n prynu cynnyrch bwyd gan eraill ac yn ei werthu ymlaen.

Mae marchnadoedd ffermwyr wedi bodoli ym Mhrydain ers mis Medi 1997 pan sefydlwyd y farchnad gyntaf yng Nghaerfaddon.

Ar ei gwefan, dyma ddisgrifiad [Cymdeithas Genedlaethol Marchnadoedd Ffermwyr \(FARMA\)](#) o brif faen prawf marchnadoedd ffermwyr:

We grow it, we sell it. No wholesalers, no resellers.

Caiff y term ei ddefnyddio'n weddol gyffredinol, gan arwain at rywfaint o bryder y gallai'r 'brand' gael ei wanhau neu ei niweidio yn llygaid defnyddwyr.

Lansiwyd cynllun Ardystio Marchnadoedd Ffermwyr yn 2002, a chaiff ei redeg gan FARMA a'i arolygu gan gorff annibynnol sy'n asesu aelod-farchnadoedd i sicrhau eu bod yn gweithredu yn unol â chanllawiau'r hyn mae FARMA yn ei ystyried yn farchnad 'go iawn'.

Diddorol yw nodi bod y canllaw hefyd yn nodi rhai modelau newydd o farchnadoedd bwyd sy'n dod i'r amlwg yn lwerddon, gan gynnwys:

- Marchnadoedd trefol dros amser cinio sy'n canolbwyntio ar 'fwyd i'w fwyta'n awr';
- Marchnadoedd symudol sy'n symud o leoliad parhaol i ymweld â threfi a dinasoedd eraill;
- Marchnadoedd cyfunol lle mae un stondin yn gwerthu bwyd gan nifer o gynhyrchwyr o ardal benodol.

Pwysig yw nodi hefyd bod nifer o fathau eraill o fentrau a modelau bwyd lleol. Mae llawer ohonynt, fel marchnadoedd bwyd, yn golygu gwerthu bwyd yn uniongyrchol gan ffermwyr i ddefnyddwyr, fel siopau fferm a chydweithfeydd ffermio.

Enghraifft arall yw 'amaethyddiaeth gyda chymorth y gymuned', pan ddaw pobl at ei gilydd i dalu swm blynyddol i ffermwyr yn gyfnewid am gyflenwadau wythnosol neu fisol o fwyd, a llais yn y ffordd y caiff y fferm ei rheoli a pha gynnyrch a dyfir.

Casgliad

Gosododd Llywodraeth Cymru amcan strategol clir i'r sector bwyd a diod yng Nghymru, sef tyfu 30 y cant erbyn y flwyddyn 2020. Mae hyn yn cynnig amcan neu gwestiwn clir iawn er mwyn profi ymyriad yn y sector yn ei erbyn: A fydd yr ymyriad yn cyfrannu at dwf o 30 y cant yn y sector erbyn 2020? A all ffermwyr neu farchnadoedd bwyd gyfrannu at gyrraedd y nod hwn? Dyma gwestiwn y ceisiwn ei ateb yn nes ymlaen yn yr adroddiad.

Mae'r diffiniad traddodiadol o farchnadoedd ffermwyr yn cynnwys pwyslais ar gynhyrchwyr a chynnyrch lleol. Ond y mae marchnadoedd bwyd yn parhau i esblygu ac mae amrywiaeth o wahanol fathau o farchnadoedd bellach yn bodoli. Mae'r gadwyn gyflenwi bwyd a diod hefyd yn parhau i esblygu, gydag amrywiaeth o ddulliau 'gwerthu uniongyrchol', y tu hwnt i farchnadoedd ffermwyr traddodiadol, bellach ar agor i gynhyrchwyr. Awgryma hyn mai anghywir fyddai canolbwyntio'r drafodaeth ar farchnadoedd ffermwyr yn unig.

Ymyriadau Blaenorol y Sector Cyhoeddus yng Nghymru a Mentrau sy'n cael eu Datblygu

Pwyntiau allweddol

- Gwnaed ceisiadau niferus i gynorthwyo marchnadoedd ffermwyr yng Nghymru drwy sefydliadau ymbarél.
- Gan newid cyfeiriad yn 2009, estynnodd Llywodraeth Cymru wahoddiad am syniadau/ceisiadau gan y sector ar gyfer prosiectau y gellid eu hariannu.
- Arweiniodd hyn at ariannu prosiect O'r Fferm i'r Fforch, a ganolbwyntiai'n gryf ar gynyddu diddordeb defnyddwyr mewn gwerthu uniongyrchol.
- Ond parhawyd i ddarparu cymorth yn uniongyrchol i nifer o farchnadoedd ffermwyr/bwyd mewn rhai rhannau o Gymru drwy raglenni wedi'u cyflenwi'n lleol.
- Parhawyd i ddarparu cymorth hefyd gan Lywodraeth Cymru i wyliau bwyd yng Nghymru.
- Mae nifer o brosiectau a chynlluniau wrthi'n cael eu datblygu a allai ddarparu cymorth i farchnadoedd bwyd ac i werthiant uniongyrchol dros y blynyddoedd nesaf.

Grantiau a Sefydliadau Ymbarél

Ers 2000, bu Awdurdod Datblygu Cymru (WDA)¹, fel ag yr oedd, yn cynnig 40 y cant o gymorth grant i sefydlu marchnadoedd ffermwyr unigol. Ond mewn adolygiad o fentrau cymorth blaenorol yng ngwerthusiad O'r Fferm i'r Fforch (a gyflwynir yn nes ymlaen) gan Ymchwil Miller, dywedir na chafodd y cyllid ei ddyrannu mewn ffordd gydlynol². Mae rheoliadau Cymorth Gwladwriaethol Ewropeaidd hefyd yn gwahardd rhoi cymorth yn uniongyrchol i farchnadoedd, ac mae hynny'n dal i fod yn wir heddiw.

Y dewis arall oedd rhoi cymorth drwy sefydliad ymbarél a fyddai'n darparu cyngor, cymorth, a chatau i farchnata a hyrwyddo grwpiau o farchnadoedd, a darparu hyfforddiant i'r ffermwyr a gymerai ran ac i drefnwyr neu reolwyr y marchnadoedd. Bu ymgais i wneud hynny yn 2003 pan roddodd y WDA gymorth i greu [Marchnadoedd Ffermwyr yng Nghymru Cyf.](#) Ni ddarparwyd cymorth grant pellach yn y blynyddoedd dilynol ond mae Marchnadoedd Ffermwyr yng Nghymru Cyf. wedi parhau i weithredu ar ffurf gwefan a fforwm ar-lein, lle gall aelodau ymuno drwy danysgriafiad blynyddol.

¹ Asiantaeth weithredol (neu gwango) oedd y WDA ac fe'i dynodwyd yn ddiweddarach yn Gorff Cyhoeddus a Noddir gan y Cynulliad ar gyfer datblygu economaidd. Ym mis Ebrill 2006 diddymwyd y WDA a throsglwyddwyd ei swyddogaethau i Lywodraeth Cymru.

² Ymchwil Miller (2015) a chyfweiliadau rhanddeiliaid ar gyfer gwaith ymchwil hwn.

Yn ôl adroddiadau, cymysg iawn oedd barn y rhanddeiliaid ar Farchnadoedd Ffermwyr yng Nghymru Cyf., wrth i rai gydnabod bod y wefan yn ddefnyddiol i ddarganfod marchnadoedd ffermwyr ac eraill yn feirniadol o'i fethiant i integreiddio â mentrau eraill neu o'r ffaith na fu iddo gael ei farchnata'n eang.

Cychwynnwyd ar ail ymgais gan y WDA yn 2005 pan geisiodd FARMA ddatblygu menter ranbarthol o'r enw *FARMA Cymru*. Fel rhan o'r fenter, roedd cymorth grant ar gael ar gyfer costau cychwynnol sefydlu a threfnu unrhyw strwythur neu sefydliad newydd. Ond beirniadwyd y dull hwn o weithredu gan rai sefydliadau presennol yng Nghymru a oedd yn anghymwys i dderbyn cymorth gan y sefydliad ar sail y ffaith eu bod eisoes wedi'u sefydlu. Dadleuwyd hefyd bod y fenter o bosib wedi'i thanseilio gan strwythur sefydliadol FARMA a'r elyniaeth a gododd gan rai rhanddeiliaid yng Nghymru. Ni ddarparwyd mwy o arian gan Lywodraeth Cymru i'r fenter ar ôl 2007.

Dadleuwyd, gyda mantais gallu edrych yn ôl, mai elfen bwysig a danseiliai'r mentrau a drafodir uchod oedd eu methiant i adeiladu digon o gapasiti ymysg y darpar randdeiliaid allweddol hynny yr oedd angen eu cefnogaeth. Dadleuwyd hefyd y bu'r dull blaenorol o weithredu yn rhy gul; un elfen yn unig mewn agenda ehangach yw cynnig cymorth i farchnad ffermwyr, a dadleuwyd bod angen dull mwy cynhwysfawr o weithredu a fyddai'n tynnu rhagor i mewn a chynnig agweddau eraill ar werthu bwyd yn uniongyrchol.

Cynllun Datblygu Gwledig Cymru 2007-2013

Cynllun Effeithlonrwydd y Gadwyn Gyflenwi

Yn sgil y dadleuon a nodir uchod, cafwyd newid cyfeiriad yng Nghynllun Datblygu Gwledig Cymru 2007-2013, a ganolbwyntiai ar roi cyfle, o dan Gynllun Effeithlonrwydd y Gadwyn Gyflenwi a reolwyd gan Lywodraeth Cymru, i gynigion gael eu cyflwyno oddi mewn i'r diwydiant (fel rhan o broses geisiadau gystadleuol) i greu sefydliad ymbarél newydd. Byddai'r sefydliad newydd hwn yn cynnig cymorth i ffermwyr a thyfwyr i ddatblygu allfeydd ar gyfer gwerthu'n uniongyrchol, gan gynnwys marchnadoedd ffermwyr o bosib.

Tua'r adeg hon, sefydlwyd *Grŵp Gorchwyl a Gorffen Marchnadoedd Ffermwyr* gyda'r nod o edrych ar beth mae'r gwahanol fuddiolwyr ei eisiau gan gorff ymbarél, a sut maent eisiau i sefydliad o'r fath weithio. Un o ganlyniadau eu trafodaethau oedd creu *Grŵp Llywio Gwerthiant Uniongyrchol* i oruchwylio'r cyfnod ariannu, a oedd yn cynnwys cynrychiolwyr o blith cynhyrchwyr cynradd, rheolwyr a chydlynwyr marchnadoedd, a defnyddwyr.

Lluniwyd tri chais drwy hyn, ond ni ystyriodd y Grŵp Llywio fod yr un yn addasi i fwrw ymlaen ag ef. Yn sgil hyn, cafwyd newid pwyslais ym mis Ionawr 2009, gan wahodd ceisiadau gan amrywiaeth o sefydliadau marchnata i gynllunio a chyflawni ymgyrch wybodaeth ac ymwybyddiaeth, wedi'i chyfeirio at gynhyrchwyr cynradd, trefnwyr marchnadoedd a defnyddwyr cyffredinol, ynglŷn â chyfleoedd gwerthiant uniongyrchol ledled Cymru. Roedd hyn yn cwmpasu marchnadoedd ffermwyr, cynlluniau blwch bwyd, gwerthu ar-lein, a siopau fferm. Y bwriad oedd helpu i gydlynu ac unoli cynhyrchwyr bwyd yn ogystal ag ysgogi ymwybyddiaeth a diddordeb defnyddwyr mewn prynu'n uniongyrchol.

Ym mis Mehefin 2009, yn dilyn ail broses gystadleuol o geisiadau, penodwyd Francis Balsom Associates Cyf. (FBA) i gyflenwi "Bwyd Blasus Gan Bobl Go lawn", sef ymgyrch thematig a ailfrandiwyd wedyn yn O'r Fferm i'r Fforch.

O'r Fferm i'r Fforch

Cychwynnodd y prosiect hwn ym mis Tachwedd 2009 a chafodd ei ariannu hyd at fis Medi 2015. Y deilliannau a fwriadwyd ar gyfer y O'r Fferm i'r Fforch oedd cynyddu diddordeb y cyhoedd mewn cyfleoedd gwerthiant bwyd uniongyrchol, annog cynhyrchwyr i chwarae mwy o ran ym mhob agwedd ar werthiant uniongyrchol, ac, yn y pen draw, sicrhau gwerth uwch o weithgarwch gwerthiant uniongyrchol yng Nghymru. Roedd elfen gynhyrchu'r prosiect yn ymwneud ag adeiladu capasiti, uwchsgilio'r sector o ran technegau marchnata a chyfleoedd gwerthu, yn ogystal â chynorthwyo prosiectau eraill a oedd wedi'u targedu at adeiladu capasiti yn y sector.

Yng ngwerthusiad y prosiect, gwelwyd mai un o'r heriau a wynebai'r prosiect oedd denu'r rhanddeiliaid i ymwneud ag ef, a rheoli disgwyliadau cynhyrchwyr, trefnwyr marchnadoedd ffermwyr, a sefydliadau perthnasol, er gwaethaf lefel uchel o amheuaeth ynglŷn â rhagolygon prosiect newydd arall yn y maes hwn³. Cyfeiriai'r rhanddeiliaid a gyfwelwyd fel rhan o'r gwerthusiad at nifer o ffactorau a oedd yn debygol o danseilio parodrwydd cynhyrchwyr i ymwneud â'r prosiect o'r cychwyn cyntaf, gan gynnwys pesimistiaeth ynglŷn â gwerth 'menter newydd eto fyth', difaterwch a thawedogrwydd mewn perthynas ag ymestyn gweithgarwch hyrwyddo cynnyrch, a gwrthdaro blaenoriaethau yng nghyd-destun rhedeg busnes. Yng ngoleuni'r materion hyn, penderfynwyd ar gam cynnar ym mhrosiect O'r Fferm i'r Fforch mai codi ymwybyddiaeth ymysg defnyddwyr a hyrwyddo cyfleoedd gwerthu uniongyrchol fyddai'r prif bwyslais, er i gamau dilynol y prosiect weld mwy o bwyslais ar gymorth i gynhyrchwyr (gweler Atodiad 2).

³ Ibid.

Daeth y gwerthusiad i'r casgliad bod y rhan fwyaf o'r dystiolaeth o gyflawniadau O'r Fferm i'r Fforc yn ymwneud â'i gamau cynllunio a chyflenwi ac mai amhriodol, a chamarweiniol o bosib, fyddai defnyddio unrhyw fath o wyddor i fesur effaith yr ymgyrch gyfyngedig. Er bod dangosyddion trawiadol o ddeilliannau ar gael (fel niferoedd darllenwyr, ymweliadau â'r wefan, a chyfranogiad ar y platfform digidol), amhosibl i bob diben yw pennu ag unrhyw sicrwydd beth fu maint deilliannau pob elfen. O ystyried hyn, nodir hefyd yng nghasgliad y gwerthusiad y câi O'r Fferm i'r Fforc ei ystyried gan rai y gweithgarwch hyrwyddo gwerthiant uniongyrchol mwyaf llwyddiannus o'i fath i gael ei gynnal hyd yma.

Echelau 3 a 4

Roedd Echel 3 (ansawdd bywyd mewn ardaloedd gwledig ac arallgyfeirio'r economi gwledig) ac Echel 4 (dull LEADER: dulliau lleol o fynd i'r afael â datblygu gwledig) yn ddwy elfen yng Nghynllun Datblygu Gwledig 2007-2013. Cawsant eu gweithredu ar lefel Awdurdod Lleol, a sefydlwyd Partneriaethau a Grwpiau Gweithredu Lleol ym mhob ardal awdurdod lleol perthnasol i reoli'r rhaglenni.

Ariannwyd amrywiaeth eang iawn o brosiectau a gweithgareddau drwy Echelau 3 a 4, gan gynnwys nifer yn y sector bwyd. Fel rhan o'r gwaith ymchwil ar gyfer yr adroddiad hwn, gofynnodd [Uned Gefnogi Rhwydwaith Gwledig Cymru](#) i'r Grwpiau Gweithredu Lleol nodi gweithgareddau a oedd yn cynnwys marchnadoedd ffermwyr. Roedd y gweithgareddau hyn yn canolbwyntio ar gymorth i farchnadoedd i sefydlu ac esblygu, ac yn cynnwys:

- Prosiect ym Mro Morgannwg gyda Marchnad Ffermwyr y Fro (mewn partneriaeth â phrosiect Cywain⁴) i gynnal peilot 'arena bwyd y Fro' yn Sioe'r Sir. Ystyriwyd bod y peilot yn llwyddiant ac mae bellach yn ddigwyddiad blynyddol;
- Cymorth yng Ngwynedd i sefydlu Marchnad Cynhyrchwyr Lleol ym Mhorthmadog (sydd yn dal yn weithredol heddiw) ac, wedi hynny, i weithio gyda'r cynhyrchwyr i ddatblygu'r farchnad honno i fod yn 'farchnad symudol' a fyddai'n teithio i wahanol leoliadau yn y sir (Marchnad Eryri);
- Cymorth gan Grŵp Gweithredu Lleol Ynys Môn i Farchnad Ffermwyr Ynys Môn.

Cymorth i Wyliau Bwyd yng Nghymru

Y mae'n amlwg bod elfennau o orgyffwrdd rhwng marchnadoedd ffermwyr/bwyd a gwyliau bwyd. Mewn unrhyw drafodaeth ynglŷn â marchnadoedd bwyd a chynhyrchwyr yn gwerthu'n uniongyrchol, mae angen rhoi ystyriaeth i'r cymorth a ddarparwyd gan Lywodraeth Cymru i wyliau bwyd.

⁴ Roedd Cywain yn brosiect arall a ariannwyd gan Gynllun Effeithlonrwydd y Gadwyn Gyflenwi i helpu i ddatblygu cynnyrch neu farchnadoedd newydd ar gyfer cynnyrch amaethyddol cynradd yng Nghymru.

Bu Llywodraeth Cymru yn darparu cyllid grant i wyliau bwyd Cymru dros yr 14 mlynedd diwethaf, gyda 25 o wyliau yn cael eu cynorthwyo yn 2015. Yng ngwerthusiad diweddaraf y cynllun grant⁵, nodir bod arian Llywodraeth Cymru, er ei fod wedi gostwng ers y blynyddoedd cynt, yn parhau i wneud cyfraniad pwysig wrth gynorthwyo gwyliau bwyd.

Y mae'n berthnasol i'r drafodaeth yn yr adroddiad hwn y bu i'r gwerthusiad ganfod bod rhai gwahaniaethau pwysig rhwng gwyliau bwyd mwy o faint a rhai llai o faint a ddaeth yn amlycach, efallai, yn y blynyddoedd diweddar, wrth i'r gwyliau mwy gynnig elfennau ychwanegol i ategu'r elfennau bwyd (e.e. celfyddydau, crefftau, perfformwyr). Efallai y byddai trefnwyr digwyddiadau mwy o faint yn disgrifio eu hamcanion mewn termau ehangach na'r sector bwyd a diod a gallant, er enghraifft gwmpasu datblygu diwylliant lleol, yr economi, twristiaeth a chydlondeb cymunedol. Yn wir, caiff hyn ei gydnabod gan Lywodraeth Cymru yn y modd y defnyddiwyd dull haenog am y tro cyntaf yn 2015, yn hytrach na'r dull 'un maint yn addas i bawb' a ddefnyddid yn flaenorol.

Diddorol yw nodi, fel yn achos marchnad ffermwyr, y bu sawl ymgais i ffurfio corff troswaol o ryw fath a fyddai'n caniatáu i'r gwyliau elwa o fwy o gydweithio yn ogystal â mwy o ddylanwad. Yn 2014 y bu'r ymgais diweddaraf o'r fath, pan gynigwyd *Cymdeithas Gwyliau Bwyd Cymru*. Ond fel gyda cheisiadau blaenorol, daeth fwriwyd ymlaen â'r ymgais hon.

Un o'r rhesymau allweddol am hyn oedd ei bod yn ymddangos bod cydweithio ffurfiol yn amrywio rywfaint ymysg y gwyliau. Er enghraifft, un o'r manteision posibl sydd i gydweithio, a nodwyd gan gefnogwyr cynghreirio, yw arbedion effeithlonrwydd wrth brynu ar y cyd. Er ei bod yn ymddangos yn bosibl y gallai fod rhywfaint o fudd ariannol yn hyn o beth, mae llawer o drefnwyr y gwyliau yn gwerthfawrogi eu hymreolaeth yn y maes hwn. Yn aml, mae gan drefnwyr gwyliau berthynas hirsefydlog â masnachwyr y maent yn ymddiried ynddynt, sy'n gwybod sut i ddarparu gwasanaethau pwrpasol i'r gwyliau. Mewn rhai achosion, mae'r cyflenwyr lleol hyn yn ganolog i redeg y gwyliau, a gallant fod yn cyfrannu amser ac egni sylweddol i sicrhau eu bod yn llwyddo. Ar lefel fwy strategol, mae trefnwyr gwyliau yn aml yn falch o'u rôl yn hyrwyddo datblygiad economaidd lleol ac yn dymuno cadw eu gallu i ddewis cyflenwyr lleol, hyd yn oed pe byddai enillion bach i'w gwneud wrth brynu ar y cyd.

⁵ Wavehill (2016) (heb ei gyhoeddi ar adeg ysgrifennu'r adroddiad hwn).

Prosiectau a Chynlluniau sydd ar y Gweill

Adeg ysgrifennu'r adroddiad hwn, roedd rhywfaint o wybodaeth ar gael am brosiectau a mentrau sydd wrthi'n cael eu datblygu ac a allai fod â rhywfaint o rôl o ran cynorthwyo marchnadoedd ffermwyr a bwyd.

Rhan o *Gymunedau Gwledig – Cynllun Datblygu Gwledig 2014-2020* Llywodraeth Cymru yw [Cynllun Cydweithredu a Datblygu'r Gadwyn Gyflenwi](#). Bydd yn rhoi cymorth i amrywiaeth eang o faterion ac ar bob agwedd ar brosiect, o'r camau cychwynnol hyd at gyflenwi ac ymlaen i'r lledaenu a'r gwerthuso. Y nod yw cynorthwyo i ddatblygu cynnyrch, arferion, prosesau a thechnolegau newydd yn sectorau amaethyddiaeth, coedwigaeth a bwyd, gan gynnwys cadwyni cyflenwi byr a marchnadoedd lleol (gan gynnwys gweithgareddau hyrwyddo mewn cyd-destun lleol). Dewiswyd amrywiaeth eang o brosiectau a gyflwynodd fynegiant o ddiddordeb ym mis Hydref 2015 i fwrw ymlaen i'r cais llawn. Mae nifer ohonynt yn berthnasol i faterion sy'n cael eu trafod yn yr adroddiad hwn, a chânt eu disgrifio'n fyr yn Atodiad 4. Mae rhestr llawn o'r prosiectau a ddewiswyd i'w symud ymlaen i'r cais llawn i'w gweld ar [wefan Llywodraeth Cymru](#).

Mae 22 o Grwpiau Gweithredu Lleol ledled Cymru yn cael eu hariannu fel rhan o'r [rhaglen LEADER](#) newydd, sydd hefyd yn rhan o Gynllun Datblygu Gwledig 2014-2020. Mae'r Grwpiau Gweithredu Lleol hyn yn dylunio a gweithredu Strategaeth Datblygu Lleol i'w hardal, gan ddatblygu dull partneriaeth i sicrhau datblygiad cymdeithasol ac economaidd. Mae'r strategaethau hynny bellach wedi'u cymeradwyo gan Lywodraeth Cymru. Nid oedd crynodeb o'r gweithgareddau arfaethedig ar gael ar adeg ysgrifennu'r adroddiad hwn ond, ar sail gweithgareddau blaenorol gan Grwpiau Gweithredu Lleol yng Nghymru, y mae'n debygol y bydd lle amlwg i'r sector bwyd lleol a gwerthiant uniongyrchol yn y strategaethau.

Hefyd yn rhan o Gynllun Datblygu Gwledig 2014-2020, mae'r [Gronfa Datblygu Cymunedau Gwledig](#) yn cynnig grantiau wedi eu hanelu'n bennaf at Grwpiau Gweithredu Lleol LEADER a sefydliadau eraill sy'n seiliedig yn y gymuned. Bydd y grantiau yn darparu buddsoddiad ar gyfer amrywiaeth eang o weithgareddau i helpu i ddiwallu anghenion lleol a chryfhau cymunedau fel y gallant dyfu a ffynnu. Unwaith eto, ar adeg ysgrifennu'r adroddiad hwn, nid oedd manylion unrhyw rai o'r prosiectau sydd i'w hariannu ar gael, ond mae'n glir bod potensial i ariannu marchnadoedd bwyd.

Casgliad

Y mae nifer o fentrau wedi ceisio rhoi cymorth i farchnadoedd ffermwyr yng Nghymru. Aneglur yw llwyddiant (neu fel arall) y mentrau hyn, er nad yw ceisiadau niferus i greu sefydliad ymbarél i farchnadoedd ffermwyr yng Nghymru wedi dwyn ffrwyth.

Mae nifer o fentrau wedi'u beirniadu am iddynt, ar y cyfan, gael eu datblygu'n annibynnol ar ffermwyr, tyfwyr a threfnwyr marchnadoedd. Arweiniodd hyn at newid tuag at ddull sy'n cael ei arwain gan y diwydiant, lle y câi prosiectau eu gwahodd oddi mewn i'r sector. Ond mae'n ymddangos nad yw'r dull hwnnw o weithredu yn llwyddiant clir chwaith, gan arwain at yr awgrym y gallai fod diffyg capasiti neu ddymuniad yn y sector i gydweithio a datblygu menter i gynorthwyo'r sector. Mae hefyd angen ystyried y perygl o 'flino ar ymyriadau'. Y mae'n anochel mai'r cwestiwn sy'n codi yn hyn o beth yw p'un a oes unrhyw bwynt mewn unrhyw ymgais pellach i ddatblygu'r sector yn y ffyrdd hyn.

Roedd ariannu O'r Fferm i'r Fforc yn gydnabyddiaeth ei bod yn bosibl rhoi cymorth i farchnadoedd ffermwyr (ac i werthiant uniongyrchol yn fwy cyffredinol) drwy geisio ysgogi'r galw gan y cyhoedd (hynny yw, defnyddwyr) am gynnyrch lleol a chynnyrch wedi'i gyflenwi'n uniongyrchol gan gynhyrchwyr. Er bod y rhesymeg hon yn glir, nid yw'r achos dros nac yn erbyn dull o'r fath wedi'i brofi; anodd iawn yw barnu llwyddiant y fenter honno yn y pen draw o ran cynyddu'r galw am gynnyrch lleol a chynnyrch yn uniongyrchol gan gynhyrchwyr⁶. Ond pwysig yw cydnabod bod dull 'ar sail galw' i gynyddu gwerthiant uniongyrchol, yn ogystal â dull 'ar sail cyflenwi'.

Mae'r dull o weithredu dan arweiniad y diwydiant yn parhau yn y Cynllun Datblygu Gwledig presennol (2014-2020), ac mae amrywiaeth o brosiectau a rhaglenni ar y gweill. Mae rhesymeg cymharol glir i'r dull hwn o weithredu: y rhai hynny sy'n gweithio mewn sector neu faes sydd yn y safle gorau i ddeall yr hyn sydd angen gwneud. Ond yr hyn a ddysgwyd yn rhaglenni blaenorol y Cronfeydd Strwythurol yw bod perygl y gall dull o'r fath fod yn anodd ei gydlyn ac y gall arwain at ddiffyg strategaeth glir⁷. Mae angen i'r rhai hynny sy'n goruchwyllo'r gwaith o ddatblygu'r sector bwyd a diod yng Nghymru fod yn ymwybodol o'r risgiau hynny.

⁶ Ibid.

⁷ Er enghraifft, Adolygiad Guilford o Drefniadau Gweithredu Rhaglenni Cronfeydd Strwythurol Ewropeaidd 2014-2020 yng Nghymru (2013).



Marchnad Ffermwyr Castell-nedd

Adolygiad o Lenyddiaeth: Manteision Marchnadoedd Ffermwyr a Gwersi a Ddysgwyd

Pwyntiau allweddol

- Nid oes cyfoeth o waith ymchwil yn bodoli ar fanteision marchnadoedd ffermwyr, ac mae llawer o'r gwaith ymchwil yn canolbwyntio ar Unol Daleithiau America.
- Ond y mae'r gwaith ymchwil sydd yn bodoli yn gadarnhaol, ac yn nodi'r manteision economaidd, cymdeithasol ac amgylcheddol sydd i farchnadoedd ffermwyr.
- Mae'r ffactorau cyffredin hynny sy'n gwneud marchnad ffermwyr yn llwyddiannus yn cynnwys nifer ddigonol o gynhyrchwyr, cymorth gan y gymuned leol, cydlynu effeithiol a marchnata effeithiol.

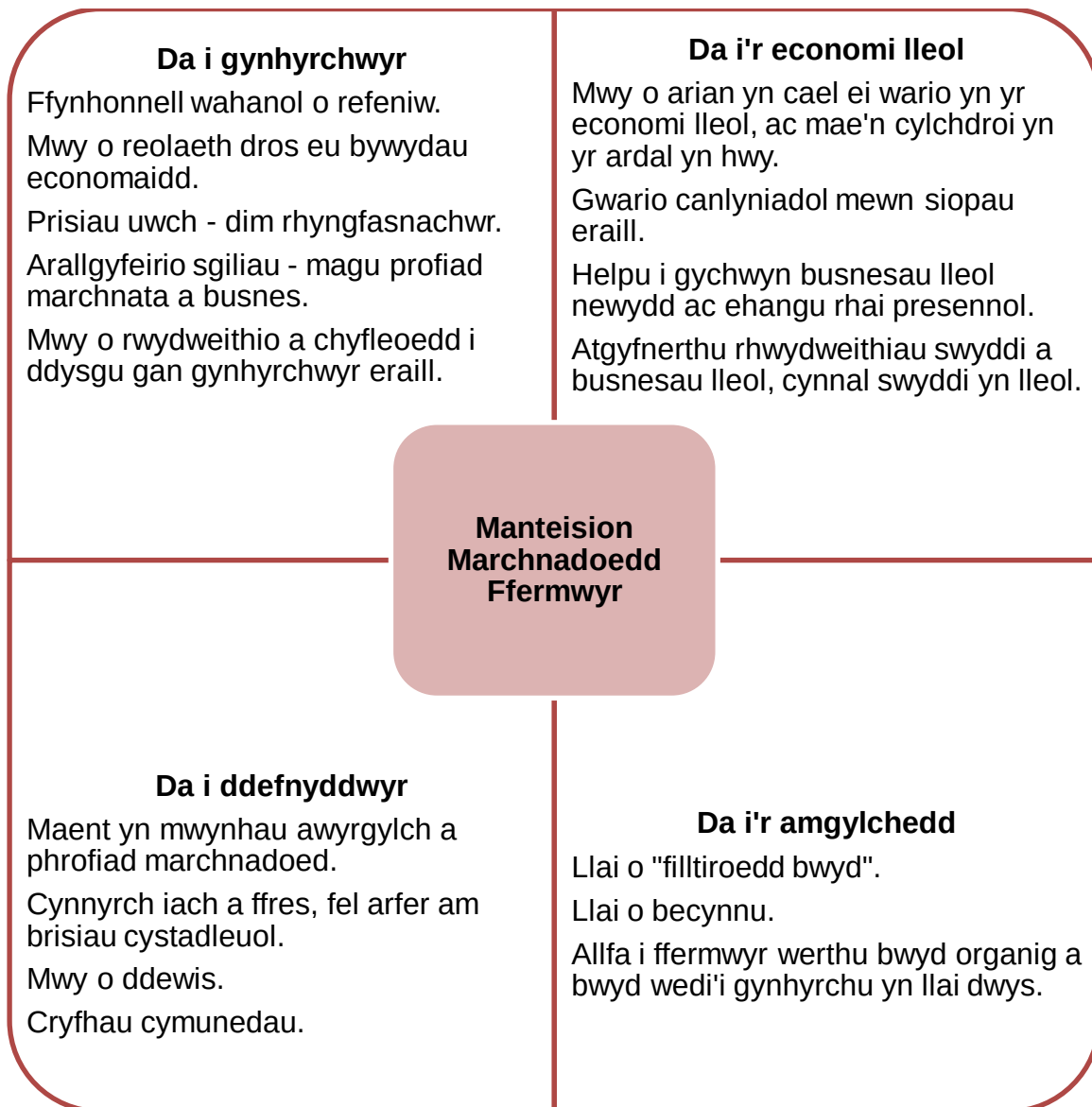
Manteision Marchnadoedd Ffermwyr

Er nad yw'n ymddangos bod gwaith ymchwil sylweddol wedi'i wneud ar y pwnc (mae llawer o'r astudiaethau ar farchnadoedd ffermwyr yn benodol wedi'u cynnal yn yr Unol Daleithiau neu Canada, lle mae gan farchnadoedd ffermwyr hanes hwy nag ym Mhrydain), y mae'n rhywbeth yr aethpwyd i'r afael ag ef mewn nifer o astudiaethau, fel sydd wedi'i adolygu yn Atodiad 4.

Mae adroddiad a gyhoeddwyd gan Gyfeillion y Ddaear yn 2000⁸ yn arbennig o ddefnyddiol a thrwy edrych ar amrywiaeth o waith ymchwil (o UDA yn bennaf) mae'n nodi'r manteision sydd i'w gweld yn y ffigur isod. Mae'r manteision/buddion hyn yn nodweddiadol o'r hyn a welwyd mewn gwaith ymchwil (gweler Atodiad 4). Er bod y gwaith ymchwil yn canolbwyntio'n bennaf ar farchnadoedd ffermwyr, mae'r manteision a'r buddion a nodir yn berthnasol i farchnadoedd bwyd yn gyffredinol, yn hytrach na marchnadoedd ffermwyr yn unig. Y maent hefyd yn gyson â chyfweiliadau â threfnwyr marchnadoedd a chynhyrchwyr sy'n cael eu trafod mewn penodau yn nes ymlaen yn yr adroddiad hwn.

⁸ Bullock (2000), t. 3.

Ffigur 4.1: Manteision marchnadoedd ffermwyr



Ffynhonnell: addaswyd o Bullock (2000)

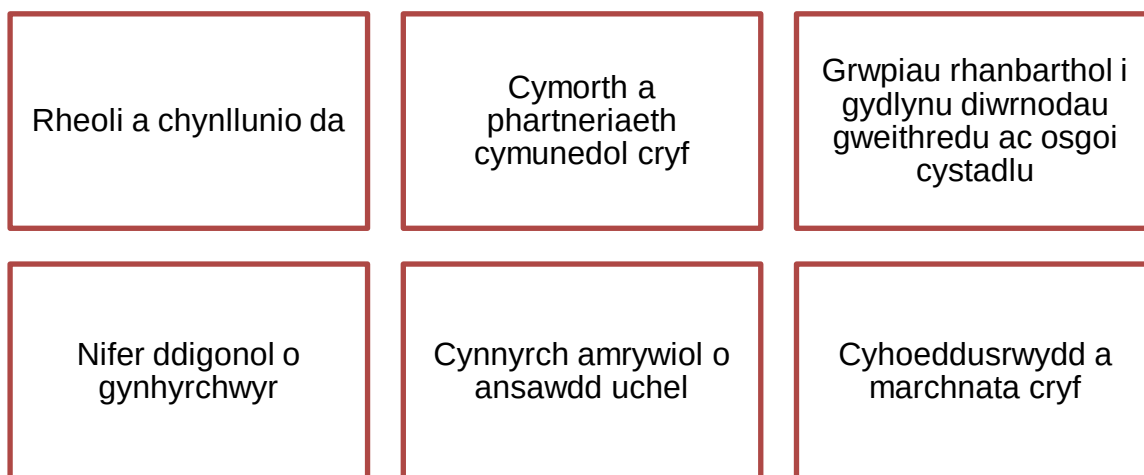
Er nad oes cyfoeth o waith ymchwil ar gael, y mae'n amlwg o'r adolygiad bod y dystiolaeth sydd ar gael yn gadarnhaol iawn o ran y manteision y gall marchnadoedd ffermwyr eu creu. Ac yn bwysig, mae'n ymddangos bod y manteision hynny hefyd yn amrywio'n fawr, ac yn cynnwys manteision economaidd, cymdeithasol ac amgylcheddol. Gallai'r potensial hwn i greu manteision niferus fod o fudd mawr i'r Llywodraeth, gan ei fod yn cynnig cyfle i gyfrannu at gyflawni amcanion niferus (economaidd, cymdeithasol ac amgylcheddol) drwy un ymyriad. Fel a nodwyd ym Mhennod 2, mae Deddf Llesiant Cenedlaethau'r Dyfodol (Cymru) 2015 yn rhoi cyfrifoldeb ar sefydliadau sector cyhoeddus yng Nghymru i ystyried nifer o nodau llesiant ac egwyddorion datblygu cynaliadwy yn eu gweithgarwch.

Yr hyn sy'n aneglur yw p'un a yw'r effaith yn ddigon clir neu gryf o'u cyfuno neu mewn unrhyw un o'r meysydd hynny i gyfiawnhau'r ymyriad, yn arbennig o gymharu ag effaith bosibl ffyrdd eraill o ddefnyddio'r arian sydd ar gael.

Ffactorau Llwyddiant a Heriau

Mae'r gwaith ymchwil hefyd wedi nodi nifer o ffactorau sy'n peri i farchnad ffermwyr fod yn llwyddiannus (Ffigur 4.2) yn ogystal â nifer o anghenion cymorth (Ffigur 4.3).

Ffigur 4.2: Beth sy'n gwneud marchnad ffermwyr llwyddiannus?



Ffynhonnell: addaswyd o amrywiaeth o ffynonellau

Ffigur 4.3: Anghenion cymorth marchnadoedd ffermwyr

Rhwydwaith	Gwasanaeth gwybodaeth mewn un man i ffermwyr, cyfnewid gwybodaeth
Marchnata	Canllawiau bwyd lleol, hysbysebu
Hyfforddiant	Llawlyfrau, hyfforddiant, gweithdai: (a) i ffermwyr ar farchnata (b) i reolwyr marchnadoedd ar hyrwyddo a datblygu partneriaethau
Cost	Costau sefydlu, marchnata cychwynnol
Rheoliadau	Goresgyn biwrocratiaeth, achredu

Ffynhonnell: addaswyd o Bullock (2000)

Caiff y ffactorau hyn eu pwysleisio'n gyson yn y llenyddiaeth a adolygwyd fel rhan o'r astudiaeth hon (gweler Atodiad 4). Unwaith eto, y mae cysylltiadau amlwg â'r materion a drafodwyd gyda threfnwyr marchnadoedd a chynhyrchwyr ar gyfer yr astudiaeth hon.

Y mae'r adolygiad hefyd yn dangos yn glir bod llawer o wybodaeth ar gael ynglŷn â sut i sefydlu a chynnal marchnadoedd ffermwyr. Gallai'r wybodaeth hon fod yn werthfawr i'r rhai sy'n ymwneud â marchnadoedd yng Nghymru.

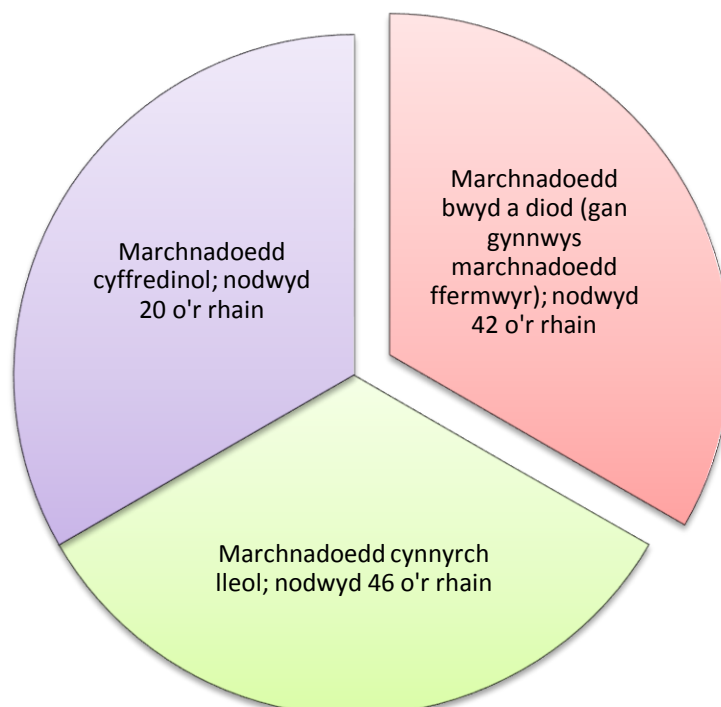
Niferoedd yng Nghymru

Rhan allweddol o'r gwaith ymchwil oedd ceisio amcangyfrif nifer y marchnadoedd yng Nghymru. I wneud hyn bu'r tîm ymchwil yn:

- Cyfeirio at gyfeirlyfrau marchnadoedd ar-lein a chyhoeddedig;
- Defnyddio technegau cribo'r we i ddod o hyd i farchnadoedd, gan ddefnyddio termau chwilio megis "marchnadoedd ffermwyr" a "marchnadoedd bwyd".

Roedd y ffocws ar farchnadoedd a oedd yn cynnwys bwyd a diod fel rhan o'u darpariaeth. Ond nid oedd yn rhaid iddynt fod yn farchnadoedd ffermwyr neu farchnadoedd bwyd yn benodol.

Daeth y gwaith ymchwil o hyd i gyfanswm o 108 o farchnadoedd yng Nghymru, a gellir dosbarthu'r rhain i dri chategori cyffredinol (fel a ddangosir isod):



Roedd 35 o'r marchnadoedd bwyd a diod yn ystyried eu hunain yn 'farchnadoedd ffermwyr'.

Marchnadoedd Ffermwyr a Digwyddiadau Bwyd:
Ffactorau llwyddiant a gwersi a ddysgwyd

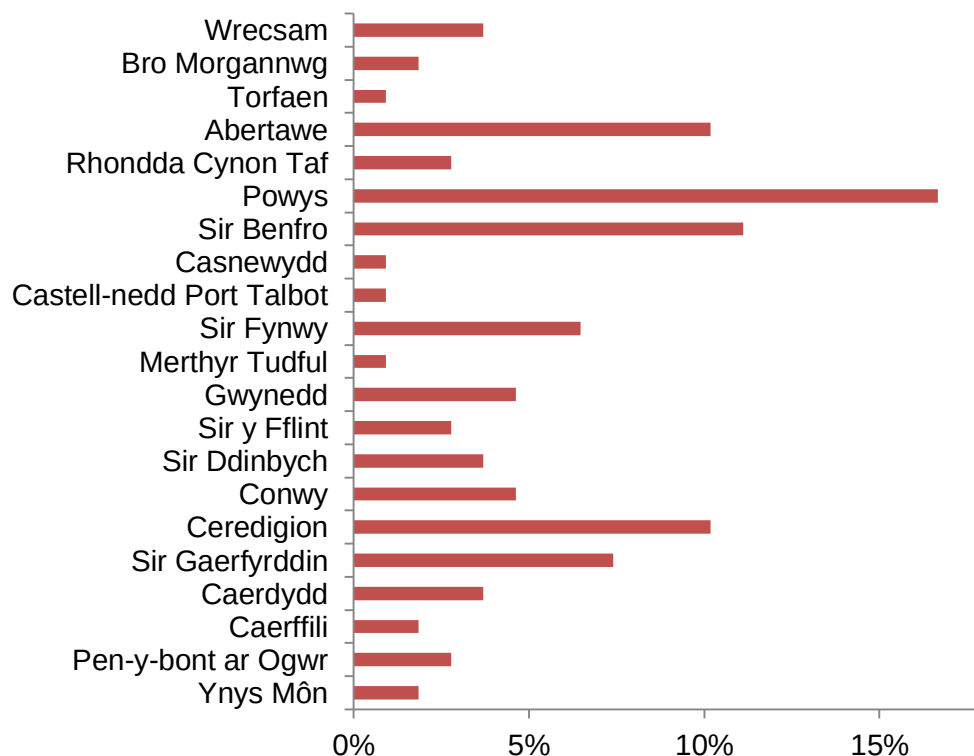
Dylid trin y ffigurau a nodir uchod fel amcangyfrif yn unig o nifer y marchnadoedd sy'n bodoli, gan mai amhosib yw dweud p'un a fethwyd a chynnwys unrhyw farchnad wrth gynnal y gwaith ymchwil. Ond gall y ffaith i adroddiad FARMA 2007 nodi 40 o farchnadoedd ffermwyr yng Nghymru roi rhywfaint o hyder inni yn yr amcangyfrif hwn.

Defnyddiol yw nodi bod 20 o'r marchnadoedd⁹ (16% o'r rhestr wreiddiol o 128 o farchnadoedd a nodwyd) heb fod yn weithredol bellach yn ôl yr hyn a gasglwyd yn elfen arolwg ffôn y gwaith ymchwil. Y mae hyn yn arwydd o'r ffaith bod rhywfaint o'r wybodaeth sydd ar gael am farchnadoedd yng Nghymru wedi dyddio.

Er mwyn cymharu, amcangyfrifwyd bod tua 750 o farchnadoedd bwyd a marchnadoedd ffermwyr ledled y Deyrnas Unedig¹⁰, ac amcangyfrifodd Bord Bia fod 114 o farchnadoedd ffermwyr yn Iwerddon.

Mae'r graff isod yn dangos dosbarthiad y marchnadoedd yn ôl ardal awdurdod lleol yng Nghymru ac, er bod marchnadoedd yn fwy amlwg mewn rhai ardaloedd (canolbarth Cymru yn arbennig), y maent i'w cael ledled Cymru.

Ffigur 5.1: Dosbarthiad y marchnadoedd a nodwyd yng Nghymru yn ôl ardal awdurdod lleol



⁹ 14 o farchnadoedd bwyd a diod (oll yn disgrifio eu hunain yn farchnad ffermwyr), 5 marchnad cynnyrch lleol, ac un farchnad gyffredinol.

¹⁰ www.localfoodadvisor.com – mae pedair o'r rhain yn y rhestr wedi'u lleoli yng Nghymru.



Marchnad Ffermwyr y Fenni

Pwyntiau allweddol

- Cynhaliwyd cyfweiliadau ffôn â 112 o gynhyrchwyr, 62 sy'n mynychu marchnadoedd ffermwyr a 50 nad ydynt yn gwneud hynny.
- Er bod gwerthiant yn bwysig, dim ond un o'r ffactorau a ystyrir yw hyn wrth i gynhyrchwyr benderfynu pa farchnadoedd i fynd iddynt. Ond y mae'r canfyddiad o ddiffyg proffidioldeb yn rheswm allweddol a roddir gan rai nad ydynt yn mynychu marchnadoedd ffermwyr.
- Mae'r cyfle i gael cyswllt uniongyrchol a chwsmeriaid a thrafod eu cynnyrch gyda nhw yn amlwg yn bwysig. Mae nifer yr ymwelwyr felly yn ffactor allweddol i gynhyrchwyr wrth benderfynu p'un a ydynt am fynd i farchnad ai peidio.
- Mae lleoliad, yn arbennig ardal leol y cynhyrchwr, hefyd yn ffactor allweddol wrth benderfynu pa farchnadoedd i fynd iddynt.
- Roedd canfyddiad bod marchnadoedd ffermwyr yn bwysig i ddatblygu busnes y mwyafrif helaeth o gynhyrchwyr a fynychai farchnadoedd. Ond yn y rhan fwyaf o achosion, nid gwerthiant mewn marchnadoedd ffermwyr yw mwyafrif incwm blyneddol y busnesau, gan awgrymu bod defnyddio sawl llwybr gwerthu yn bwysig.
- Y ffordd a awgrymwyd amlaf gan y cynhyrchwyr i helpu marchnadoedd ffermwyr i ddatblygu yn y dyfodol oedd rhoi cymorth i'w marchnata a'u hyrwyddo i'r cyhoedd.

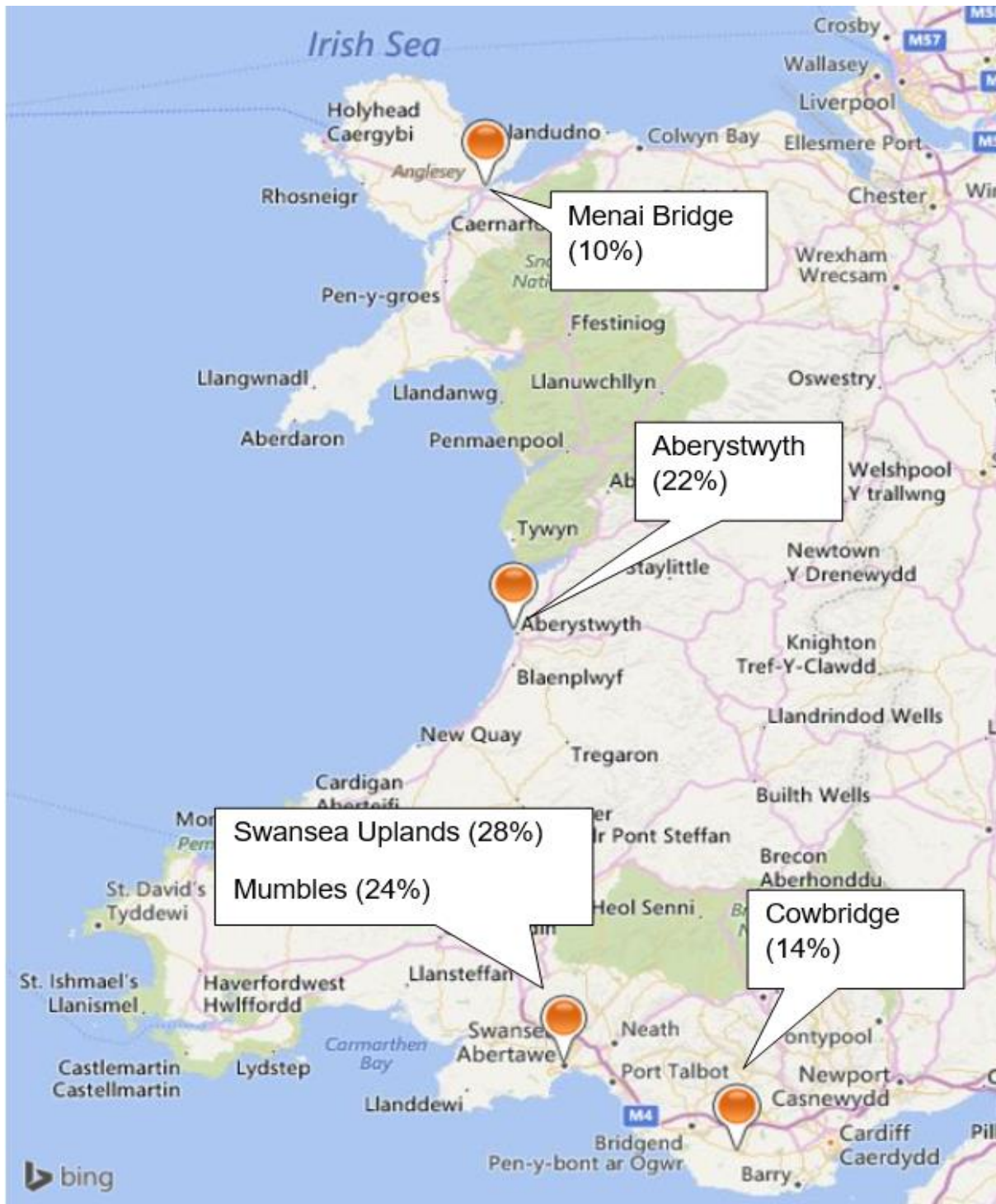
Ynglŷn â'r Sampl

Nid oes rhestr gynhwysfawr yn bodoli o gynhyrchwyr sy'n mynychu marchnadoedd ffermwyr a marchnadoedd bwyd eraill yng Nghymru. Daeth y sampl ar gyfer y cyfweiliadau hyn felly o'r arolwg o arddangoswyr mewn gwyliau bwyd yng Nghymru dros y tair blynedd diwethaf. Roedd yr arolwg hwn yn cynnwys cwestiwn a ofynnai a yw'r arddangoswr dan sylw hefyd yn arddangos mewn marchnadoedd ffermwyr yng Nghymru. Cafodd y rhai a gâi eu cyfweld eu dewis ar hap wedyn o'r rhestrau hyn.

Mae'r wybodaeth a gasglwyd yn werthfawr ac yn rhoi dealltwriaeth inni o safbwynt cynhyrchwyr. Ond y mae angen ystyried natur y sampl wrth ystyried y canfyddiadau hyn.

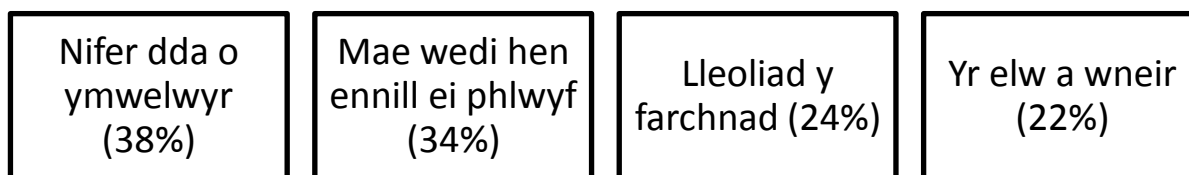
Pam fod Cynhyrchwyr yn Mynychu Marchnadoedd Ffermwyr

O'r 62 o ymatebwyr a ddwedodd eu bod yn mynychu marchnadoedd ffermwyr, meddai 51 (82%) eu bod wedi gwneud hynny yn ystod y 12 mis diwethaf. Mae'r map isod yn dangos y marchnadoedd hynny yr oedd yr ymatebwyr wedi'u mynychu amlaf yn y 12 mis diwethaf.



Ffynhonnell y map: Bing

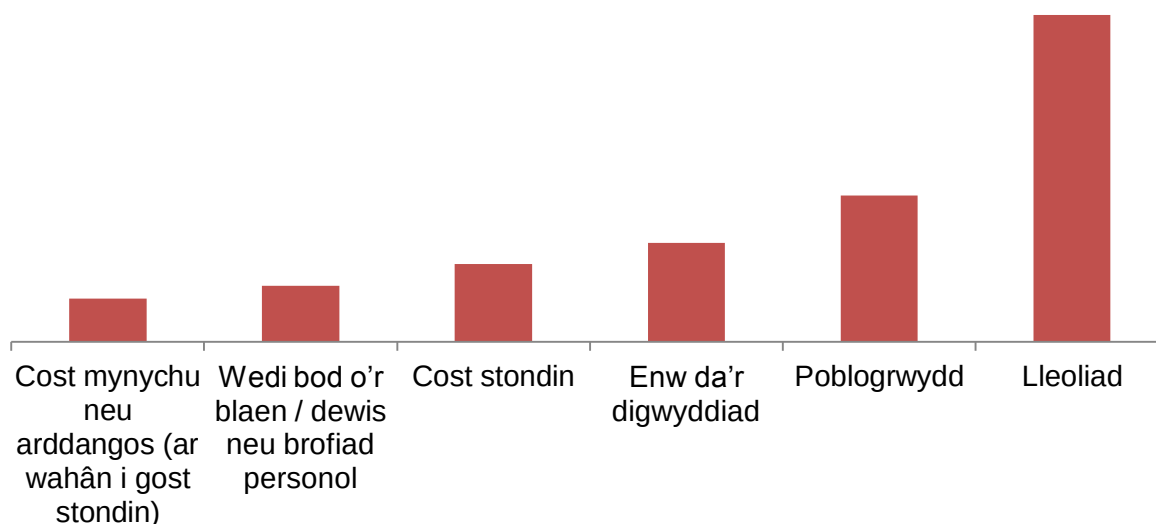
Pan ofynnwyd iddynt esbonio pam fod rhai marchnadoedd yn fwy llwyddiannus nag eraill, dyma'r rhesymau mwyaf cyffredin a roddwyd:



Mae'n debygol y bydd nifer y bobl sy'n ymweld â marchnad yn bwysig i gynhyrchwr am nifer o resymau. Ond amrywiaeth yr ymatebion a roddwyd yw'r cyntaf o lawer o awgrymiadau yn y data a gasglwyd nad gwerthiant, er bod hynny'n bwysig, yw'r unig ffactor allweddol wrth ystyried pam fod cynhyrchwyr yn mynychu marchnad.

Pan ofynnwyd i'r ymatebwyr nodi pa ffactorau sy'n dylanwadu ar ba farchnadoedd i fynd iddynt, mae'r ymatebion ychydig yn wahanol, ac mae lleoliad yn llawer mwy amlwg yn yr ymatebion.

Ffigur 6.1: Y ffactorau sy'n dylanwadu ar ddewis yr ymatebwyr o ba farchnadoedd i'w mynychu



N=62. Noder: Ymatebion o 10% neu fwy a ddangosir. Gallai'r ymatebwyr roi sawl ymateb.

Roedd y categori lleoliad yn cynnwys nifer o is-themâu (fel sydd i'w weld yn y dyfyniadau isod):

“Mae pob marchnad ffermwyr a fynychwn yn lleol inni. Maen nhw yn ein hardal, mae'n rhaid inni gadw costau'n isel, felly dyma yw ein prif resymau dros fynychu.”

“Lleoliad, oherwydd dosbarthu. Rwy'n dosbarthu i lawr i Abertawe a phan fydd y farchnad yno rwy'n gwneud y ddau yr un pryd. Hefyd, rwy'n teimlo ffyddlondeb tuag at y cwsmeriaid. Rwy wedi bod yn mynd i'r un yn y Mwmbwls ers 10 mlynedd ac maen nhw wedi bod yn ein cefnogi.”

“Y lleoliad. Does dim unrhyw bwynt mynd yn bellach nag sydd raid. O ystyried y costau a pha mor ffres yw'r cynnyrch hefyd, 'dyw ffrwythau a llysiau ffres ddim yn ymdopi'n dda ar deithiau hir.”

Yr awgrym yw y gallai'r lleoliad — yn arbennig ardal leol neu sylfaen y cynhyrchwr — fod yn drech na'r ystyriaethau eraill.

Pam nad yw Cynhyrchwyr yn Mynychu Marchnadoedd Ffermwyr

Gofynnwyd i'r ymatebwyr hynny nad ydynt yn mynychu marchnadoedd ffermwyr (50) esbonio pam. Cafwyd amrywiaeth eang o ymatebion ond yr ymateb mwyaf cyffredin oedd nad oeddynt yn ystyried y byddai'n ariannol hyfyw / bod digon o ymwelwyr yno i'w wneud yn atyniadol (14/50). Rhoddwyd yr un rheswm gan yr ymatebwyr hynny a oedd wedi rhoi'r gorau i fynychu marchnadoedd yn ystod y flwyddyn ddiwethaf.

Dyma ymatebion cyffredin eraill:

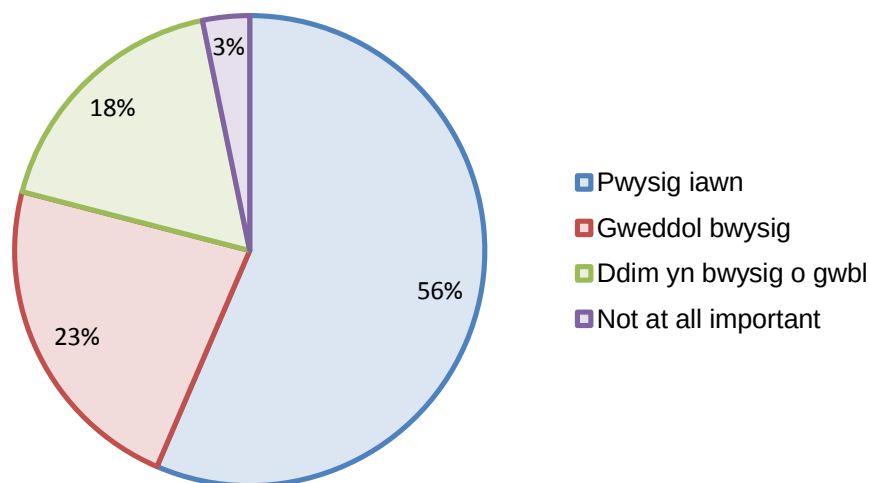
- Maent yn mynychu mathau gwahanol o sioeau a lleoliadau bwyd a diod (13/50)
- Maent yn masnachu o'u siop eu hunain / drwy lwybr gwahanol i'r farchnad (10/50)

Wrth edrych ar y sylwadau a wnaed uchod mae angen ystyried natur y sampl, a luniwyd o blith rhai sy'n arddangos mewn gwyliau bwyd.

Canfyddiad o Bwysigrwydd ac Effaith Mynychu Marchnadoedd Ffermwyr

Gofynnwyd i'r cynhyrchwyr asesu pa mor bwysig y bu mynychu marchnadoedd ffermwyr i ddatblygu eu busnes. Fel sydd i'w weld yn y graff isod, roedd yr ymateb yn gadarnhaol iawn, wrth i 79% nodi i'r marchnadoedd fod yn bwysig iawn.

Ffigur 6.3: Ymateb i'r cwestiwn: Pa mor bwysig y bu mynychu marchnadoedd ffermwyr i ddatblygu eich busnes?



N=62

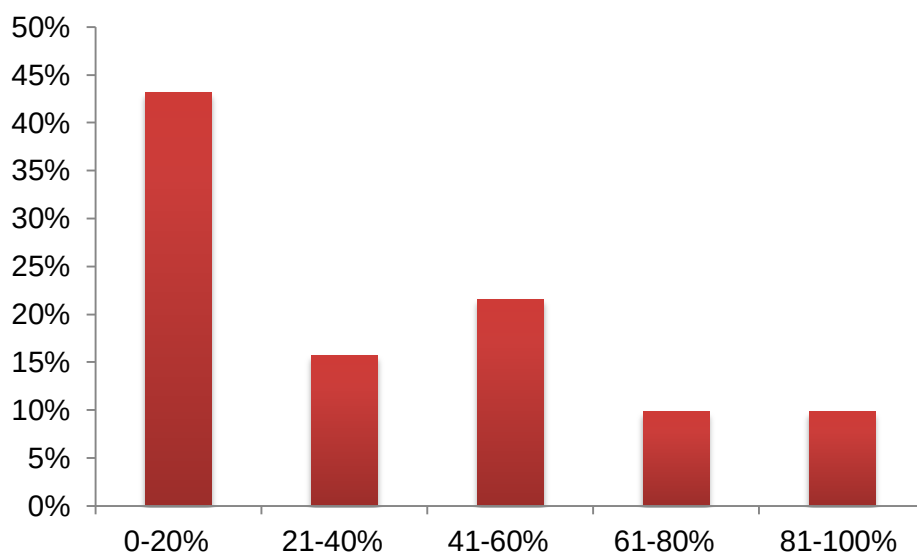
Pan ofynnwyd iddynt esbonio pam, y rheswm mwyaf cyffredin a roddwyd oedd y ffaith bod mynychu yn caniatáu iddynt hyrwyddo eu cynnyrch i'r cyhoedd (34%), gan awgrymu unwaith eto nad gwerthiant ar y diwrnod yw'r prif reswm pam fod llawer o gynhyrchwyr yn mynychu marchnadoedd.

Dyma ymatebion eraill:

- Prif ffurf / ffurf rheolaidd o incwm (18%)
- O'r marchnadoedd y daw'r rhan fwyaf o gleientiaid/cwsmeriaid (18%)
- Rhwydweithio gyda chynhyrchwyr eraill (16%)
- Er mwyn cael adborth gan gwsmeriaid (15%)
- Incwm ychwanegol (15%)

Diddorol yw nodi yr amcangyfrifir bod marchnadoedd ffermwyr, yn y rhan fwyaf o achosion, yn cyfri am lai na 50% o werthiant blynyddol y busnes (Ffigur 6.4), gan gefnogi'r cysyniad ymhellach nad yw gwerthiant yn brif gymhelliant dros fynychu marchnadoedd.

Ffigur 6.4: Brasamcan o ganran gwerthiant blynyddol a ddaw drwy farchnadoedd ffermwyr (yn ôl brasamcan yr ymatebwyr)



N=51

Y fantais y cytunai'r rhan fwyaf o ymatebwyr arni oedd bod mynychu marchnadoedd ffermwyr wedi dylanwadu ar yr hyn maent yn gwerthu (Tabl 6.1). Mae hyn yn gyson ag ymatebion eraill yn yr arolwg sy'n nodi bod cael cyswllt â chwsmeriaid yn rheswm allweddol dros fynychu marchnadoedd.

Tabl 6.1: Ymateb i'r cwestiwn: A yw mynychu marchnad ffermwyr wedi dylanwadu ar unrhyw un o'r canlynol mewn perthynas â'ch busnes chi?

	Ydy	Nac ydy	Ddim eto, ond yn bwriadu
Yr hyn rydych yn gwerthu h.y. datblygu cynnyrch newydd, ryseitiau newydd, newid pris eich nwyddau.	59%	39%	2%
Sut rydych yn gwerthu h.y. newid y ffordd rydych yn marchnata eich busnes neu gynnyrch, cyflwyno dosbarthu nwyddau ac ati.	33%	67%	0%
Ble'r ydych yn gwerthu h.y. a ydych bellach yn gwerthu mewn ardaloedd daearyddol newydd neu ar-lein ac ati.	35%	61%	4%

N=51

Barn ar Sut Ddylai Marchnadoedd Gael eu Cynorthwyo

Gofynnwyd i bob ymatebwr (y rhai a oedd yn mynychu marchnadoedd ffermwyr a'r rhai nad oeddynt yn gwneud hynny) wneud sylwadau ar yr hyn allai Llywodraeth Cymru wneud i gynorthwyo marchnadoedd ffermwyr yn y dyfodol. Yn bwysig, gofynnwyd iddynt gadw mewn cof y gostyngiadau yng nghyllidebau'r Llywodraeth a rhoi cymorth ariannol i'r neilltu wrth ymateb.

Gwnaed amrywiaeth eang iawn o awgrymiadau. Ond yr ymateb mwyaf cyffredin (o gryn bellter) oedd cymorth i hyrwyddo/marchnata'r marchnadoedd (46% o'r sampl cyfan a 60% o'r rhai sy'n mynychu marchnadoedd ffermwyr).

Dyma'r awgrymiadau cyffredin eraill:

- Lleihau/sybsideiddio costau stondinau (16%)
- Gwella'r lleoliadau lle y caiff y marchnadoedd eu cynnal – mynediad at drydan, parcio, cysgod rhag y glaw ac ati (12%)
- Cymorth mentora i gynhyrchwyr bach (9%)
- Mwy o arweiniad i drefnwyr (8%)

Gofynnwyd i'r ymatebwyr hefyd wneud sylwadau ar yr hyn allai'r diwydiant wneud i wella cynaliadwyedd marchnadoedd ffermwyr. Gan ganolbwyntio yn unig y tro hwn ar y rhai a ddwedodd eu bod yn mynychu marchnadoedd ffermwyr, yr ymateb mwyaf cyffredin, unwaith eto, oedd gwella arferion hyrwyddo'r marchnadoedd (32%). Dyma'r ymatebion cyffredin eraill:

- Dylai'r cynhyrchwyr barhau i fynychu a chefnogi'r marchnadoedd (26%)
- Sicrhau bod y marchnadoedd yn diwallu anghenion defnyddwyr (19%)

Ond roedd diffyg barn ar y mater yn amlwg, gydag un ym mhob pedwar o'r cynhyrchwyr â fynychodd farchnadoedd yn y 12 mis diwethaf yn methu (neu'n amharod) i gynnig unrhyw awgrymiadau.

Casgliad

Efallai mai canfyddiad allweddol y bennod hon yw bod y cynhyrchwyr sy'n mynychu marchnadoedd ffermwyr/bwyd o'r farn eu bod yn bwysig iawn i ddatblygiad eu busnes. Er bod gwerthiant ac elw yn bwysig, nid dyma'r prif resymau pam fod cynhyrchwyr yn gwerthfawrogi'r marchnadoedd: mae'n ymddangos bod cael cyswllt â chwsmeriaid a'r cyfle i drafod eu cynnyrch gyda nhw o leiaf cyn bwysiced os nad pwysicach. Mae'n ddealladwy felly bod nifer y bobl sy'n ymweld â'r farchnad yn ffactor allweddol i gynhyrchwyr. Ond mae lleoliad, yn arbennig o ran pellter o sylfaen y cynhyrchwr, hefyd yn bwysig iawn.

Er nad yw'n fater y bu'n bosibl ei ystyried yn y gwaith ymchwil hwn, mae'n ymddangos yn debygol bod cydberthynas rhwng nifer y bobl sy'n ymweld â marchnad ffermwyr (neu unrhyw ddigwyddiad arall) a lleoliad sylfaen y cynhyrchwr. Po bellaf yw'r farchnad, y mwyaf o sicrwydd y mae'n debygol y bydd ei angen ar y cynhyrchwr ynglŷn â nifer yr ymwelwyr i'w disgwyl yn y digwyddiad. Po agosaf yw'r digwyddiad, y mwyaf tebygol ydyw bod ffactorau eraill fel ffyddlondeb i'r farchnad neu gwsmeriaid sy'n mynychu'n rheolaidd yn bwysig.

Barn Trefnwyr Marchnadoedd

Pwyntiau allweddol

- Cynhaliwyd cyfweiliadau ffôn â 60 o unigolion sy'n gyfrifol am farchnadoedd yng Nghymru sydd â bwyd ymhlith eu cynnyrch.
- Mae amrywiaeth o wahanol fathau o bobl a sefydliadau yn ymwneud â'r gwaith o reoli marchnadoedd yng Nghymru; y mae'n bell o fod yn grŵp unffurf. Mae goblygiadau i hyn o ran sut gellid ymgysylltu a'r grwpiau hyn a'u cynorthwyo.
- Roedd cyfran fawr o'r rhai a gyfweiliwyd wedi bod yn ymwneud â'u marchnad am nifer sylweddol o flynyddoedd, gan awgrymu bod profiad helaeth ymysg y grŵp hwn.
- Roedd cyfran gymharol fawr o farchnadoedd yn y sampl (30%) wedi derbyn cymorth grant i gynorthwyo â'r gwaith o'u sefydlu.
- Cyfran fach iawn yn unig o ymatebwyr a ddwedodd bod eu marchnad ar hyn o bryd yn derbyn unrhyw fath o gymorth, boed ariannol neu fel arall.
- Meddai'r mwyafrif helaeth o ymatebwyr bod eu marchnad, i ryw raddau, yn hyfyw/cynaliadwy yn ariannol.
- Ystyriwyd mai'r elfen allweddol i fod yn sylfaen i lwyddiant marchnad oedd gallu darparu amrywiaeth o gynnyrch lleol o ansawdd uchel.
- Ystyriwyd mai cynyddu nifer yr ymwelwyr a chystadleuaeth gan archfarchnadoedd oedd yr heriau allweddol sy'n wynebu marchnadoedd.
- Hyrwyddo a hysbysebu'r farchnad oedd yr anghenion cymorth a nodwyd amlaf.
- Nid oedd dymuniad clir na chryf am gydweithio ymysg y marchnadoedd.

Y Sampl

Poblogaeth y sampl hon oedd y rhestr o farchnadoedd yng Nghymru (fel sydd i'w gweld ym Mhennod 5) lle y gellid dod o hyd i fanylion cyswllt. Ni luniwyd sampl o'r rhestr; ceisiodd y tîm ymchwil gysylltu â phob un o'r rhai ar y rhestr dros y ffôn. Arweiniodd hyn at 60 o gyfweiliadau, er bod nifer y marchnadoedd a gynrychiolir yn y sampl hon yn uwch am fod gan 14 o'r cyfweleion gyfrifoldeb am fwy nag un farchnad.

O ran y tri math o farchnad a gyflwynir ym Mhennod 5, mae nifer y cyfweiliadau yn rhannu fel hyn:

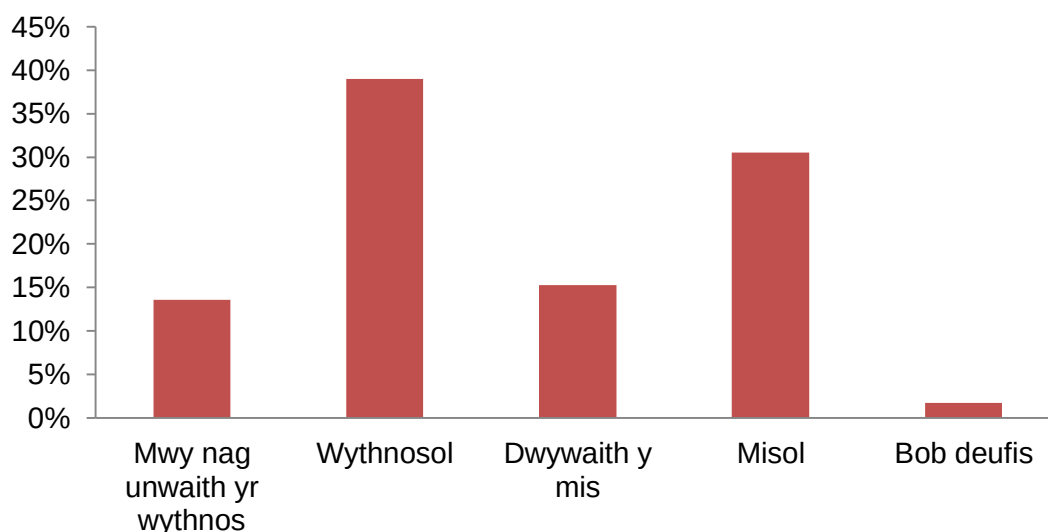
- 22 o farchnadoedd bwyd a diod (37%)
- 27 o farchnadoedd cynnyrch lleol (45%)
- 11 o farchnadoedd cyffredinol (18%)

Mae'r sampl yn furiadol ehangach na marchnadoedd ffermwyr neu farchnadoedd bwyd yn unig, er mwyn adlewyrchu'r ffaith bod bwyd yn rhan o'r hyn sy'n cael ei gynnig mewn amrywiaeth o wahanol fathau o farchnadoedd, nid mewn marchnadoedd ffermwyr neu farchnadoedd bwyd yn unig. Ond yr oedd lle amlwg i fwyd yng nghyhoeddusrwydd y marchnadoedd hynny sydd yn y sampl.

Gofynnwyd i'r ymatebwyr amcangyfrif faint o stondinwyr sy'n bresennol mewn digwyddiad marchnad arferol. Amrywai o 3 i 100, sy'n rhoi syniad o ba mor amrywiol yw'r marchnadoedd. Y cyfartaledd (cymedr) a nodwyd oedd 20, er bod y canolrif yn is (15) gan awgrymu bod y cyfartaledd yn cael ei godi gan yr ychydig o farchnadoedd mawr.

Gofynnwyd i'r ymatebwyr hefyd amcangyfrif nifer y bobl sydd fel arfer yn mynd i un o'u marchnadoedd. Mewn llawer o achosion, byddai'r ymatebwyr yn ei chael yn anodd rhoi ateb, gan nodi nad oedd dull o gyfri nifer yr ymwelwyr oherwydd, er enghraifft, mai marchnad stryd ydoedd ac felly anodd oedd amcangyfrif faint o bobl sy'n mynd heibio. Felly ni ystyrir bod y nifer a roddwyd yn ddibynadwy. Mae Ffigur 7.1 yn dangos pa mor aml y caiff marchnadoedd y sampl eu cynnal.

Ffigur 7.1: Amledd y marchnadoedd (yn ôl yr hyn a ddwed yr ymatebwyr)



N=59 (un heb ymateb)

Cyfrifoldeb am y Farchnad

Roedd y rolau y dwedodd y cyfweleion oedd ganddynt yn amrywiol, ac yn cynnwys:

- Rheolwyr marchnadoedd wedi'u cyflogi gan Awdurdod Lleol
- Cyflogeion Cyngor Tref
- Gwirfoddolwyr yn gweithio fel unigolion
- Gwirfoddolwyr yn gweithio fel rhan o bwyllgor
- Cyfarwyddwyr neu gynrychiolwyr eraill grwpiau o gynhyrchwyr a sefydlwyd i redeg marchnadoedd
- Cyflogeion cwmni neu fenter gymdeithasol a sefydlwyd i reoli'r farchnad

Mae hyn yn rhoi syniad o ba mor amrywiol yw'r grŵp o bobl a sefydliadau sy'n gweithredu marchnadoedd yng Nghymru; nid grŵp unffurf ydyw. Mae rhai'n ymgymryd â'r rôl ar sail y gellid ei galw'n broffesiynol (yn cael eu talu i wneud hynny) ac eraill yn ymgymryd â'r rôl yn wirfoddol. Dyma nodwedd bwysig o'r 'sector' y mae angen rhoi ystyriaeth iddi wrth drafod datblygiadau ac ymyriadau posibl ar ei gyfer.

Meddai 87 y cant (52/60) o'r ymatebwyr fod unigolyn penodol wedi'u nodi yn rheolwr neu'n gydlynnydd y farchnad. Mewn 33 o'r achosion hyn, dwedwyd fod yr unigolyn dan sylw yn gweithio ar sail wirfoddol, a'r gweddill yn cael eu cyflogi gan:

- Y sector cyhoeddus (13)
- Y sector preifat (5)
- Y trydydd sector (1)

Pan ofynnwyd i'r ymatebwyr amcangyfrif am ba hyd yr oeddynt wedi bod yn ymwneud â'r farchnad, meddai 45% iddynt fod yn ymwneud â'r farchnad am fwy na 10 mlynedd (Tabl 7.1). Felly y mae corff sylweddol o brofiad oddi mewn i'r grŵp a allai gael ei ddefnyddio fel rhan o unrhyw fenter i dyfu'r sector yng Nghymru.

Tabl 7.1: Hyd yr amser yr amcangyfrifai'r ymatebwyr iddynt fod yn ymwneud â'r farchnad/marchnadoedd dan sylw.

	N	%
Llai na blwyddyn	3	5%
1 i 2 flynedd	8	13%
3 i 5 mlynedd	13	22%
6 i 10 mlynedd	9	15%
Dros 10 mlynedd	27	45%
Cyfanswm	60	100%

Sut Sefydlwyd y Marchnadoedd

Meddai 30 y cant (18/60) o'r ymatebwyr fod grantiau wedi'u derbyn i sefydlu'r farchnad. Roedd hyn yn cynnwys grantiau gan y WDA, Awdurdodau Lleol, Cyngorau Tref, Awdurdod Parc Cenedlaethol Eryri, a chyllid Ewropeaidd (Cynllun Datblygu Gwledig). Defnyddiwyd y grantiau i brynu offer ac i farchnata a hyrwyddo'r farchnad.

Diddorol yw nodi'r cyfeiriad mewn rhai achosion at gynlluniau grant a fodolai nifer o flynyddoedd yn ôl, grant y WDA yn benodol. Mae hyn yn awgrymu bod budd y grantiau hynny (o ran sefydlu'r farchnad) yn dal i fod yn barhaus, o leiaf mewn rhai achosion.

Meddai tri ymatebydd fod cymorth (yn ychwanegol at gyllid yn unig) wedi'i ddarparu gan Grŵp Gweithredu Lleol LEADER ar ffurf 'help i gychwyn ar bethau', gan aralleirio. Yn ei hanfod, byddai hyn wedi golygu swyddog prosiect yn dod â rhanddeiliaid neu grwpiau o gynhyrchwyr at ei gilydd, dod o hyd i leoliad i'r farchnad ac ati.

Meddai naw ymatebydd na dderbyniwyd unrhyw gyllid adeg sefydlu'r farchnad. Nid yw'n bosibl asesu p'un a gafodd hyn unrhyw effaith (gadarnhaol neu negyddol) ar y marchnadoedd hynny.

Nododd 13 o ymatebwyr y bu Country Markets¹¹ yn ymwneud â'r gwaith o sefydlu'u marchnadoedd, ac meddai nifer hefyd y sefydlwyd y farchnad yn wreiddiol gan Sefydliad y Merched.

Cymorth a Dderbynnir ar Hyn o Bryd

Un ymatebydd yn unig a nododd bod cymorth neu nawdd ariannol yn cael ei dderbyn ar hyn o bryd; meddai 98% (59/60) o'r ymatebwyr nad oedd eu marchnad yn derbyn cymorth ariannol.

Meddai mwyafrif (80%, 48/60) yr ymatebwyr hefyd nad oedd eu marchnad yn derbyn cymorth ar wahân i arian. Lle y cafodd cymorth ei nodi, dyma'r cymorth a dderbynnir:

- Gan Country Markets (x 4)
- Cymorth gan yr Awdurdod Lleol i hyrwyddo a marchnata (x 2)
- Gan uned cymorth busnes y sefydliad sy'n ei chynnal, gan ddarparu cymorth i fasnachwyr

¹¹ Menter gymdeithasol gydweithredol yw Country Markets, sydd wedi'i threfnu i mewn i Gymdeithasau Cydweithredol lleol: <http://www.country-markets.co.uk/about-us>.

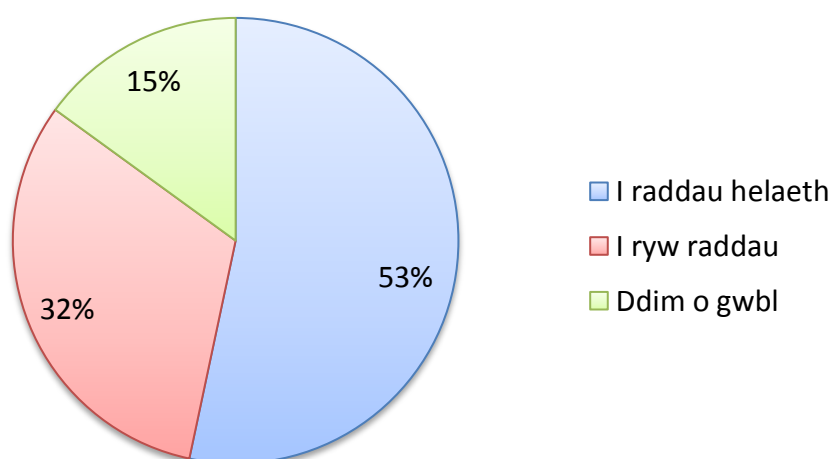
- Rhoi benthyg pethau fel hysbysfyrddau a baneri at ddibenion marchnata gan grŵp LEADER lleol
- NFU yn talu am hyfforddiant fel rhan o'u hyswariant
- Cymorth ymarferol gan reolwr y ganolfan lle mae'r farchnad wedi'i lleoli
- Gwnaeth cylchgrawn Ffederasiwn Cenedlaethol y Masnachwyr Marchnad, 'The Market Times', ddarn am y farchnad
- Cyhoedduswydd am ddim – mae'r wasg leol yn dueddol o hysbysebu ar ein rhan, yn ogystal â chylchgronau bach lleol. Mae hefyd gan Gyngor Abertawe swyddog sy'n cyhoeddi cylchlythyr wythnosol o ddigwyddiadau ac mae bob amser yn argymhell y farchnad.
- Defnydd am ddim o gyfleusterau gan yr Awdurdod Lleol

Pwysig yw gwahaniaethu rhwng hyn a'r math o gymorth a ddarperir pan fo'r sector cyhoeddus yn cyflogi cydlynnydd neu reolwr marchnad, sef, fel a nodwyd yn flaenorol, oedd y sefyllfa mewn 13 o achosion yn y grŵp a gyfwelwyd.

Canfyddiad o Hyfywedd Ariannol y Marchnadoedd

Pan ofynnwyd iddynt wneud sylwadau am hyfywedd ariannol eu marchnad, meddai 53% ei bod yn hyfyw i raddau helaeth, a dim ond 15% a roddodd ateb negyddol, gan awgrymu cyfradd uchel o hyder yn y dyfodol ymhlith y grŵp. Roedd 'hunangynhaliath' a chynnal 'costau isel' yn bwyntiau amlwg yn sylwadau'r ymatebwyr hynny a oedd fwyaf hyderus ynghylch hyfywedd ariannol eu marchnad.

Ffigur 7.2: Ymateb i'r cwestiwn: I ba raddau y byddech yn dweud bod eich marchnad yn hyfyw/cynaliadwy yn ariannol?



N=60

Mae angen cymryd gofal wrth ddosbarthu sampl cymharol fach i is-grwpiau, gan fod perygl bod nifer yr ymatebion dan sylw yn rhy fach. Ond y mae'n rhoi cipolwg diddorol ar is-setiau'r sampl.

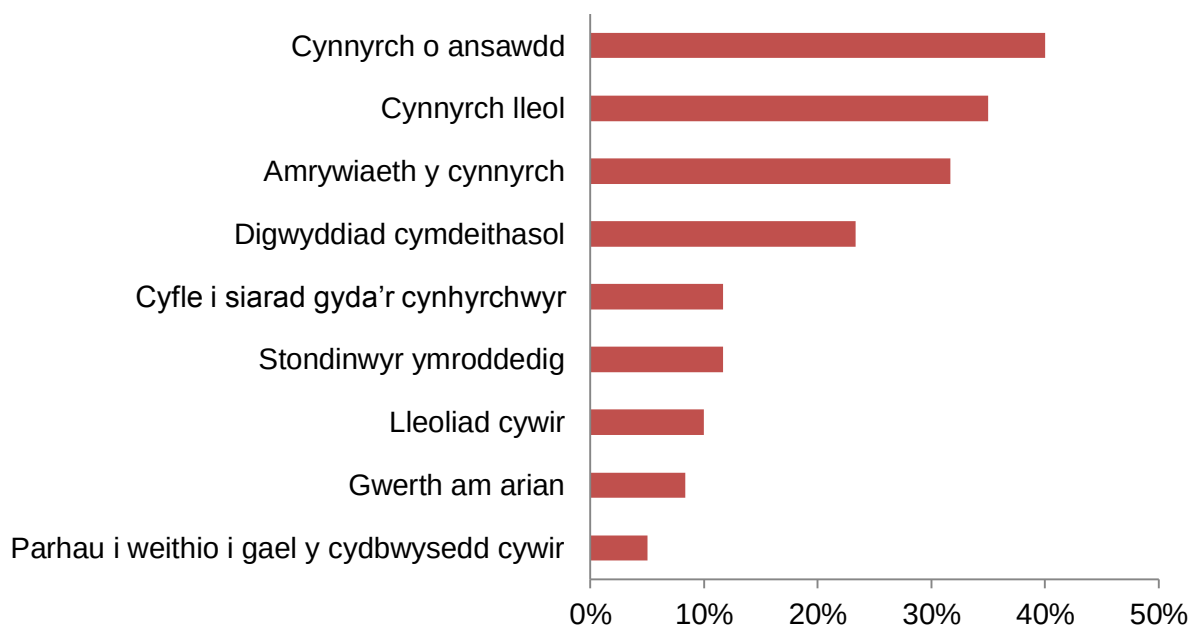
Os edrychwn ar y marchnadoedd bwyd a diod yn unig yn y sampl (n=22) mae'r patrwm mewn gwirionedd yn debyg iawn i'r hyn a welir yn y sampl cyfan, gyda 55% yn dweud bod eu marchnad yn ariannol hyfyw i raddau helaeth, ac 14% yn dweud nad yw'n hyfyw o gwbl.

Os edrychwn ar y marchnadoedd cynnyrch lleol yn unig (n=27) mae'r hyder ychydig yn is, gyda 44% yn dweud bod eu marchnad yn ariannol hyfyw i raddau helaeth, ac 19% yn dweud nad yw'n hyfyw o gwbl. Y marchnadoedd cyffredinol (n=11) oedd yr is-grŵp mwyaf hyderus, gyda 73% yn dweud bod eu marchnad yn hyfyw i raddau helaeth.

Canfyddiad o Ffactorau Llwyddiant a Heriau

Pan ofynnwyd i'r ymatebwyr ddweud beth fyddai'r elfennau allweddol sy'n sail i farchnad lwyddiannus, roedd y tri ymateb mwyaf cyffredin yn ymwneud â'r cynnyrch sy'n cael ei werthu yn y farchnad. Yn wir, gall y tri ffactor dan sylw gael eu cyfuno i ddisgrifio'r angen am **amrywiaeth o gynnyrch lleol o ansawdd uchel**.

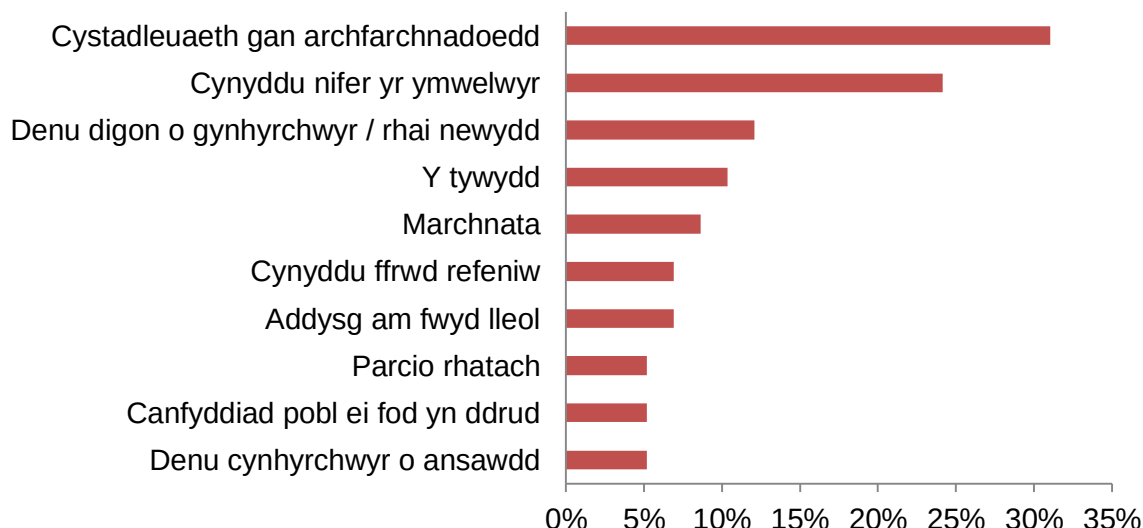
Ffigur 7.3: Yr elfennau allweddol sy'n sail i farchnad lwyddiannus (yn ôl barn yr ymatebwyr)



N=60

Mae dau fater yn amlwg wrth edrych ar yr heriau allweddol a nodwyd gan yr ymatebwyr. Ond yr un mater yw'r ddau mewn gwirionedd: yr angen i sicrhau bod digon o gwsmeriaid yn ymweld a'r farchnad, yn hytrach na'r gystadleuaeth. Hynny yw yr angen i hyrwyddo'r farchnad.

Ffigur 7.4: Yr heriau allweddol sy'n wynebu marchnadoedd (yn ôl barn yr ymatebwyr)

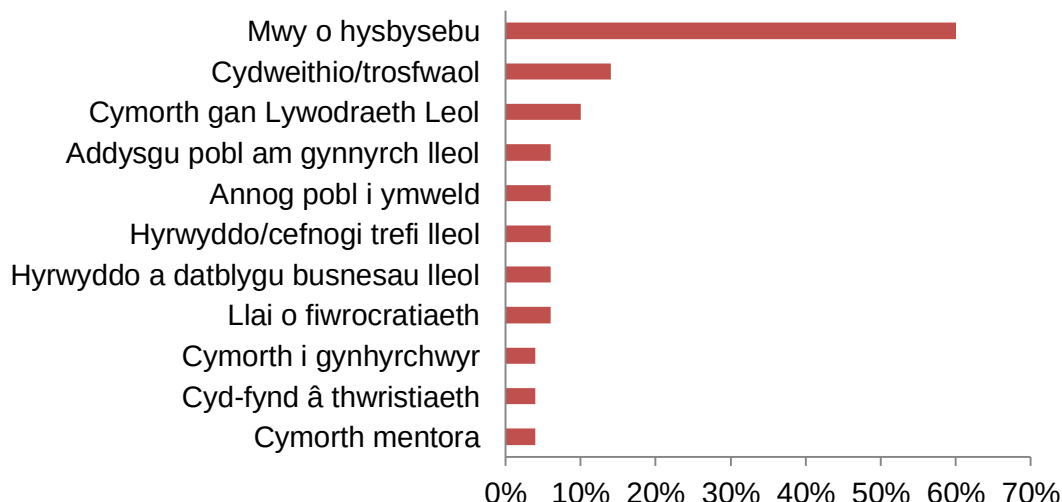


N=60

Anghenion Cymorth i'r Dyfodol

Pan ofynnwyd i'r ymatebwyr awgrymu ffyrdd (ar wahân i gymorth ariannol) y teimlent y gallai Llywodraeth Cymru fod o gymorth i farchnadoedd, hysbysebu oedd yr ymateb mwyaf cyffredin, o bell ffordd.

Ffigur 7.5: Ffyrdd ar wahân i gymorth ariannol yr awgrymodd yr ymatebwyr y gallai Llywodraeth Cymru ddefnyddio i gynorthwyo datblygiad marchnadoedd

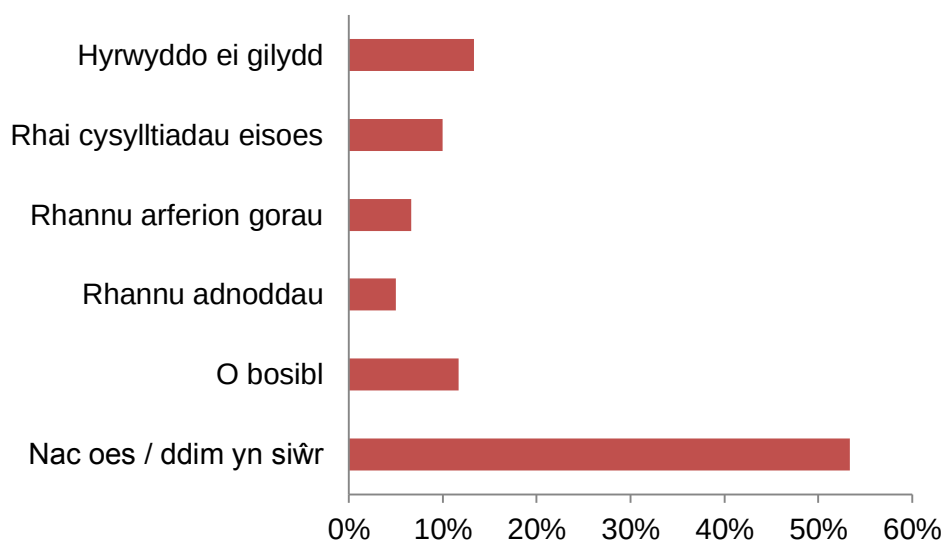


N=60

Yn dilyn y cwestiwn hwn, gofynnwyd am awgrymiadau o beth arall y gellid gwneud (hynny yw, nid gan Lywodraeth Cymru yn unig) i gynorthwyo marchnadoedd. Unwaith yn rhagor, hysbysebu a hyrwyddo oedd yr ymateb mwyaf cyffredin (36%), wedyn darparu cymorth ariannol i farchnadoedd/cynhyrchwyr (27%) a hyrwyddo busnesau newydd (11%).

Gofynnwyd i'r ymatebwyr hefyd p'un a oedd unrhyw ffyrdd y gallai marchnadoedd gydweithio. Cymysg oedd yr ymateb gyda thua hanner yn nodi rhywfaint o botensial, ac yn gwneud rhai awgrymiadau, a hanner yn dweud 'na' neu 'ddim yn siŵr'. Ond y mae'n glir nad oes dymuniad cryf i archwilio cyfleoedd i gydweithio. Pan ystyrir hyn yng nghyd-destun y ceisiadau blaenorol i ffurfio sefydliad ymbarél i farchnadoedd ffermwyr yng Nghymru a datblygu prosiect oddi mewn i'r sector, gallai awgrymu mai heriol fyddai sefydlu prosiect cydweithio yn y sector yn y dyfodol uniongyrchol.

Ffigur 7.6: Ymateb i'r cwestiwn: A oes unrhyw ffyrdd y gallai marchnadoedd elwa o gydweithio?



Casgliad

Mae llawer o'r canfyddiadau a drafodir yn y bennod hon yn gyson â chasgliadau Pennod 3, lle y trafodir y llenyddiaeth am farchnadoedd ffermwyr, yn arbennig o ran elfennau allweddol marchnadoedd ffermwyr, ac yn fwyaf penodol yr angen i allu darparu cynnyrch lleol o ansawdd uchel.

Meddai'r rhan fwyaf o'r ymatebwyr bod eu marchnad yn gynaliadwy yn ariannol. Meddai llawer mai prin iawn (os o gwbl) yw'r cymorth a dderbyniant, boed yn ariannol neu fel arall. Gellid dehongli hyn fel awgrym nad oes angen unrhyw fath o ymyriad. Efallai mai dyma'r achos os mai'r nod yw cynnal y sefyllfa bresennol yn unig. Ond gallai ymyriad fod yn angenrheidiol er mwyn rhoi cymorth i'r marchnadoedd i ddatblygu a chael yr effaith fwyaf posibl ar y sector bwyd a'r ardal leol yn fwy cyffredinol, fel a drafodir ymhellach ym mhennod olaf yr adroddiad.

Hyrwyddo a hysbysebu'r farchnad oedd yr anghenion cymorth a nodwyd amlaf, ac mae hyn yn gyson â'r hyn a ddwedai'r cynhyrchwyr (fel a drafodwyd yn y bennod flaenorol).

Mae amrywiaeth yr unigolion a'r sefydliadau sy'n ymwneud â'r sector yn ddiddorol, gan fod hyn yn debygol o olygu y gallai unrhyw ymyriad yn y sector fod yn fwy cymhleth na'r hyn sydd i'w weld ar yr olwg gyntaf. Mae'r diffyg o ran unrhyw awydd cryf i gydweithio yn y sector yn awgrymu hyn hefyd.

Casgliadau

Mae'r bennod olaf hon yn dod â chanfyddiadau'r ymchwil ynghyd i ystyried nifer o gwestiynau allweddol gan gychwyn â ph'un a ddylai marchnadoedd ffermwyr/bwyd gael eu cefnogi gan y 'Llywodraeth'. Mae'r term wedi'i ddefnyddio fan hyn yn yr ystyr ehangaf ac felly'n cynnwys llywodraeth leol yn ogystal â llywodraeth ganolog yng Nghymru.

A Ddylai Marchnadoedd Ffermwyr/Bwyd Gael eu Cynorthwyo?

Dylai'r penderfyniadau a wneir gan y Llywodraeth ynglŷn â'r ymyriadau a wneir, neu'r cymorth a roddir ganddynt, fod yn cael eu gyrru gan ddeilliannau. Felly ni ddylai marchnadoedd ffermwyr dderbyn cymorth er eu mwyn eu hunain.

Fel a drafodwyd ym Mhennod 2, mae gan Lywodraeth Cymru amcan strategol clir ar gyfer y sector bwyd a diod yng Nghymru i dyfu gwerth y sector gan 30 y cant (i drosiant o £7 biliwn) erbyn y flwyddyn 2020. Mae'r cynllun gweithredu sydd wedi'i roi yn ei le i gyflawni'r amcan hwn yn nodi nifer o gamau allweddol i'w gweithredu, gan gynnwys (o dan 'twf busnes a datblygu'r farchnad') mwy o gymorth tuag at effeithlonrwydd y gadwyn gyflenwi (gweithred 22), helpu busnesau bwyd i oresgyn problemau a chostau'n gysylltiedig â chael mynediad i'r farchnad (gweithred 23), a chymorth i ddigwyddiadau sy'n codi proffil y sector bwyd a diod yng Nghymru.

Felly, a all cynorthwyo marchnadoedd ffermwyr/bwyd helpu i gyflawni'r camau hynny a chyflawni'r amcan strategol? Yr ateb syml i'r cwestiwn hwn yw 'gall'. Mwy na thebyg y gall wneud hynny drwy helpu busnesau sy'n arddangos yn y digwyddiadau i dyfu.

Er nad yw'r dystiolaeth mor gryf ag y byddai rhywun yn dymuno y byddai, mae'r llenyddiaeth a adolygwyd yn yr adroddiad hwn a'r cyfweiliadau â'r cynhyrchwyr yn awgrymu eu bod yn elwa o ganlyniad i gymryd rhan mewn marchnadoedd. Mae angen rhoi ystyriaeth i'r ffaith bod yr effaith economaidd uniongyrchol yn annhebygol o fod yn sylweddol. Yn amlach na pheidio, microfusnesau fydd y busnesau dan sylw ac mae'n annhebygol y bydd lefel y gwerthiant mewn marchnad yn sylweddol. Ond fel a drafodwyd mewn sawl man yn yr adroddiad hwn, nid trosiant (neu werthiant) yw'r unig fudd sydd i gynhyrchwyr sy'n mynychu marchnadoedd; mae budd sylweddol ar ffurf 'ymchwil i'r farchnad' yn codi o gael cyswllt uniongyrchol â chwsmeriaid mewn marchnad.

Mae'r manteision i fusnesau wedi'u crynhoi'n ddestlus yn y dyfyniad isod gan Paul Roberts, Rheolwr Datblygu Busnes yn y Ganolfan Technoleg Bwyd yn Llangefni.

I'n cleientiaid, o bosib mai'r farchnad ffermwyr yw'r cam cyntaf at ryngweithio â chwsmeriaid. Byddant yn derbyn adborth gonest ar flas, gwead, pecynnu ac ati, gan fod y ffordd hon o werthu yn llythrennol yn agor drysau eraill i'r cleientiaid. Er enghraifft byddai delis, caffis, bwytai ac ati yn dod atynt i siarad am gael stocio eu cynnyrch.

O ran datblygu cynnyrch newydd, rydym yn cynorthwyo llawer i gychwyn arni yn y marchnadoedd ffermwyr / sioeau bwyd rhanbarthol, gan fod y rhain yn ffordd i gael adborth ar unrhyw gynnyrch newydd sy'n cael eu lansio ganddynt. Mae adborth fel hyn yn amhrisiadwy, a byddai gwneud hyn drwy ymchwilwyr ac ati yn costio miloedd yn y pen draw.

Mewn marchnadoedd ffermwyr y cychwynnodd llawer o'n cleientiaid arni. Er enghraifft mae busnes sydd bellach yn cyflenwi tafarndai a chyfanwerthwyr wedi tynnu'n ôl yn strategol o'r marchnadoedd wedi i gyfleoedd eraill agor iddynt. Ond mae eraill sydd bellach wedi datblygu brand adnabyddus yn dewis parhau yn y farchnad ffermwyr, er mwyn cyd-fynd â'u gwerthoedd craidd o weithio yn y gymuned, milltiroedd bwyd ac ati.

Ni ddylid chwaith anwybyddu'r sgil-fanteision sydd i'r marchnadoedd, er nad y rhain yw'r brif ystyriaeth, yn arbennig yng ngoleuni'r newid ymagwedd sydd ei angen o ganlyniad i gyflwyno Deddf Llesiant Cenedlaethau'r Dyfodol. Byddai'r sgil-fanteision hyn yn cynnwys y manteision cymdeithasol y gall marchnadoedd eu creu yn y gymuned leol a'r cyfraniad y gallai marchnad wneud i adfywio canol trefi drwy dynnu pobl i mewn i'r ardal.

Rydym o'r farn bod dadl gref y dylai Is-adran Bwyd Llywodraeth Cymru ganolbwyntio ar gynorthwyo i ddatblygu 'gwerthiant uniongyrchol' gan gynhyrchwyr, yn hytrach nag ar werthiant drwy farchnad ffermwyr neu unrhyw fath arall o farchnad yn unig.

Nid argymhelliad yw hyn na ddylai marchnadoedd gael eu cynorthwyo; mae'n debygol bod gan farchnadoedd rôl bwysig i'w chwarae, yn arbennig o ran hwyluso cyswllt uniongyrchol rhwng cynhyrchwyr a defnyddwyr. Ond ni fyddai canolbwyntio ar farchnadoedd ffermwyr yn unig yn ymddangos yn briodol, o ystyried y ffordd y mae'r sector yn parhau i esblygu.

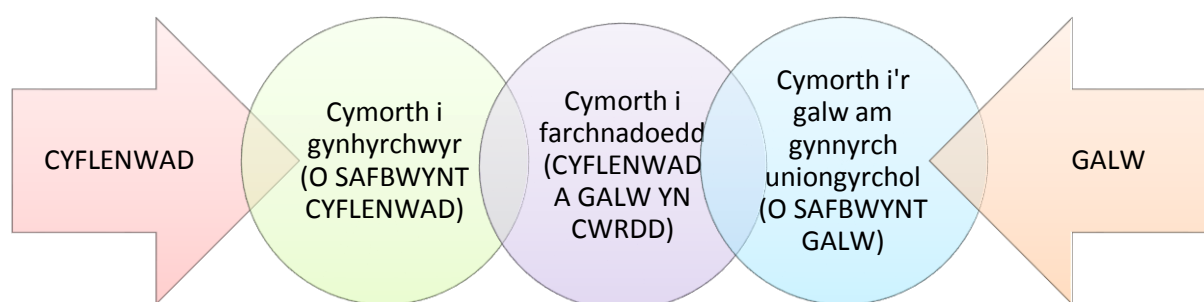
Byddem yn dadlau mai'r prif amcan ddylai fod datblygu busnesau bwyd a chynyddu'r lefel o werthiant uniongyrchol gan gynhyrchwyr, gan gyfrannu felly at yr amcan strategol o dyfu'r sector gan 30 y cant erbyn 2020.

Sut Gallai Marchnadoedd Bwyd Gael eu Cynorthwyo?

Nid yw hwn yn gwestiwn mor syml ag y gallai ymddangos. Yn wir, am y rhesymau a drafodwyd uchod, byddem yn dadlau mwy na thebyg nad hwn yw'r cwestiwn cywir i'w ofyn. Dyma ddylai'r cwestiwn fod: Sut gall gwerthiant uniongyrchol gan gynhyrchwyr gael ei gynyddu? Marchnadoedd bwyd fyddai un o'r ffyrdd posibl i gyflawni'r amcan hwn. Byddem yn nodi hefyd nad yw cynorthwyo marchnadoedd bwyd o anghenraid yn golygu rhoi cymorth uniongyrchol i'r marchnadoedd.

Rhagwelwn dri maes neu bwynt eang iawn lle y gellid ymyrryd, fel y mae'r ffigur isod yn dangos.

Ffigur 8.1: Pwyntiau yn y gadwyn gyflenwi lle y gellir ymyrryd er budd marchnadoedd ffermwyr/bwyd



Diben y ddelwedd hon yw dangos y gadwyn gyflenwi sylfaenol sydd i farchnadoedd bwyd. Ar ochr y cyflenwad y mae'r cynhyrchwyr sy'n gwerthu eu cynnyrch yn y farchnad. Ar ochr y galw y mae'r defnyddwyr (neu'r cwsmeriaid) sy'n ymweld â'r farchnad ac yn prynu'r cynnyrch. Mae'r farchnad yn y canol, ac yn dod â'r cyflenwad a'r galw ynghyd, a rhoi cyfle i'r cynhyrchwyr werthu eu cynnyrch a chyfle i'r defnyddwyr ei brynu.

Gallai ymyriad ddigwydd ar unrhyw un o'r pwyntiau hyn, neu'r tri. I weithredu'n effeithiol, mae angen cyflenwad a galw mewn 'marchnad'¹². Dibwrpas yw cynyddu'r galw am gynnyrch os nad oes cyflenwad digonol o'r cynnyrch hwnnw. Yn yr un modd, dibwrpas yw cynyddu cyflenwad cynnyrch os nad oes galw amdano. Mae angen ffordd hefyd i'r cyflenwad a'r galw gwrdd. Un o'r ffyrdd hynny yw marchnadoedd ffermwyr a marchnadoedd bwyd eraill.

¹² Cyfeirio at farchnad mewn termau economaidd a wnawn fan hyn, sef system lle mae partïon yn cyfnewid.

Dylid gwneud ymyriad ar y pwynt lle mae marchnad yn methu neu'n gweithredu'n aneffeithlon. A ydym mewn sefyllfa lle mae galw am gynnyrch ond diffyg cyflenwad? Neu a ydym mewn sefyllfa lle mae digon o gyflenwad ond dim galw? Neu ai'r achos yw bod digon o gyflenwad a galw ond nad oes ffordd effeithiol sy'n caniatáu i'r gwerthiant ddigwydd? Dyma gwestiynau sydd y tu hwnt i gylch gwaith yr astudiaeth hon. Ond y mae angen rhoi ystyriaeth iddynt fel rhan o unrhyw drafodaeth ynglŷn â sut gellir cynyddu gwerthiant uniongyrchol gan gynhyrchwyr ac unrhyw rôl a allai fod i farchnadoedd ffermwyr neu fwyd.

Mae'r canlynol yn rhoi amlinelliad o'r materion y byddai angen eu hystyried wrth drafod lle sydd orau i roi cymorth.

Cynorthwyo cynhyrchwyr yn uniongyrchol (o safbwynt y cyflenwad)

Byddai nifer o fanteision i gynorthwyo cynhyrchwyr i gynyddu eu lefelau o werthiant uniongyrchol, gan gynnwys y ffaith bod cymorth yn mynd yn uniongyrchol i'r busnesau hynny sydd angen tyfu er mwyn cyflawni amcan strategol y sector. Ond byddai marchnadoedd hefyd yn elwa wrth i nifer y cynhyrchwyr sydd ar gael i arddangos yn y farchnad gynyddu. Dylai fod mantais hefyd o ran ansawdd y cynnyrch sy'n cael ei werthu yn y marchnadoedd.

Anfantais y dull hwn yw y gallai rhoi cymorth uniongyrchol i gynhyrchwyr fod yn ddrud i'w weinyddu (o ran nifer y buddiolwyr posibl). Ond mae nifer o gynlluniau eisoes yn bodoli a allai fod yn gyfryngau i gyflenwi unrhyw gymorth, gan gynnwys Cyswllt Ffermio, Busnes Cymru, Cynllun Buddsoddi mewn Busnesau, ac Arloesi Bwyd Cymru.

Rhoi cymorth i farchnadoedd (dod â'r cyflenwad a'r galw ynghyd)

Byddai cynorthwyo marchnadoedd yn uniongyrchol, wrth gwrs, o fantais i'r marchnadoedd sy'n derbyn y cymorth hwnnw. Ond byddai'r cynhyrchwyr sy'n arddangos yn y marchnadoedd hynny hefyd yn elwa, yn arbennig pe byddai'r cymorth yn arwain at gynyddu nifer yr ymwelwyr yn y digwyddiadau. Ond byddai'r budd i'r cynhyrchwyr yn gyfyngedig i'r rhai sy'n arddangos yn y marchnadoedd dan sylw, sydd yn anfantais yn y dull hwn. Er hynny, byddai dull o'r fath yn debygol o fod yn llai drud i'w weinyddu na chynllun i gynorthwyo cynhyrchwyr (oherwydd y nifer llai o fuddiolwyr). Gallai cynorthwyo marchnadoedd hefyd greu sgil-fanteision economaidd, cymdeithasol ac amgylcheddol yn yr ardal leol (fel a drafodir yn yr adroddiad hwn).

Mae amrywiaeth o gymorth y gellir ei roi i farchnadoedd. Ond yr hyn y mae'r gwaith ymchwil hwn yn ei awgrymu yn glir iawn yw y dylai'r ffocws fod ar gymorth i farchnata a hyrwyddo'r digwyddiad.

Cynyddu'r galw am gynnyrch Cymreig/lleol a phrynu'n uniongyrchol gan gynhyrchwyr (o safbwynt y galw)

Dylai'r cynhyrchwyr a'r marchnadoedd fel ei gilydd elwa o gynnydd yn y galw am fwyd a diod o Gymru, cynnyrch lleol a chynnyrch wedi'i gyflenwi'n uniongyrchol gan gynhyrchwyr. Ond un o ganfyddiadau allweddol gwerthusiad O'r Fferm i'r Fforch yw mai anodd iawn yw barnu effeithlonrwydd unrhyw fenter o'r fath.

Beth Ddylai Ddigwydd yn Awr?

Ein gobaith yw y bydd yr adroddiad hwn yn ysgogi trafodaeth bellach oddi mewn i Lywodraeth Cymru ac yn y sector yn fwy cyffredinol. Byddem yn awgrymu y dylai'r drafodaeth, os yn bosibl, ddod â'r amryw randdeiliaid yng Nghymru ynghyd ac, yn hyn o beth, dylid ystyried y posibilrwydd o ailgynnull y grŵp a sefydlwyd yng nghamau cynnar Cynllun Datblygu Gwledig 2007-2013 i ystyried datblygu gwerthiant uniongyrchol.

Er hyn, nid yw'r sefyllfa yn statig, ac mae prosiectau a chynlluniau eisoes ar y gweill. Fel a drafodwyd ym Mhennod 3, y perygl yw bod y datblygiadau hyn yn digwydd y tu allan i'r drafodaeth strategol a mwy cyffredinol am sut orau i ddatblygu'r sector, ac felly bod diffyg strategaeth a chydlynu ymysg y mentrau a ariennir. Argymhellir felly y rhoddir ystyriaeth i'r materion a nodwyd yn yr adroddiad hwn wrth i brosiectau a chynlluniau newydd arfaethedig gael eu hystyried, a bod ystyriaeth yn cael e rhoi hefyd i'r angen i weithredu'n strategol.

Atodiad 1: Canllawiau Manwl ar Ardystiad Marchnad Ffermwyr FARMA

Ffynhonnell: <http://www.farma.org.uk/certification-farmers-market/>

1. Cynnyrch lleol

I gyrraedd safonau FARMA, rhaid i'ch marchnad ddiffinio pa ardal sy'n lleol, a bod y mwyafrif o'ch cynhyrchwyr yn teithio o'r ardal hon i werthu yn eich marchnad. Mae'r ardal a ddiffiniwch yn lleol yn bwysig o ran canfyddiad y cyhoedd o 'fwyd lleol'.

Mae dau ddiffiniad o 'lleol' y mae FARMA yn eu cydnabod:

- Lleol ar sail radiws: Caiff lleol ei ddiffinio ar sail radiws o'r farchnad. Byddai diffiniad o 30 milltir yn ddelfrydol, a byddai hyd at 50 milltir yn dderbyniol yn achos dinasoedd mwy a threfi a phentrefi arfordirol ac anghysbell.
- Lleol ar sail ffiniau sir: Gallai diffiniad lleol hefyd fod ar sail ffiniau sirol neu ffiniau daearyddol eraill, fel Parc Cenedlaethol, sy'n debyg o ran maint i'r opsiwn radiws.

Cynnyrch anodd i'w ganfod: Gallai cynhyrchwyr sydd yn bellach i ffwrdd fynychu'r farchnad os nad oes cynhyrchwyr lleol addas yn darparu cynnyrch penodol. Dylai marchnadoedd sy'n derbyn cynhyrchwyr o'r tu hwnt i'w diffiniad o leol gynnwys cymal sy'n nodi y rhoddir blaenoriaeth i'r cynhyrchwr mwyaf lleol pan fydd lle ar gael yn y farchnad, heb gyfaddawdu ar ansawdd.

Pellter mwyaf: Pe caniateir cynhyrchwyr o'r tu hwnt i'r ardal a ddiffiniwch yn lleol i fynychu eich marchnad(oedd), argymhellir bod pellter uchaf o 100 milltir o'r farchnad yn cael ei nodi.

2. Prif gynhyrchwr

Dylai'r stondin gael ei weithredu gan rywun sy'n ymwneud yn uniongyrchol â chynhyrchu, nid agweddau eraill ar fusnes y cynhyrchwr yn unig. Un o egwyddorion allweddol marchnad ffermwyr yw y caiff y defnyddiwr berthynas uniongyrchol â'r cynhyrchwr.

Gallai'r farchnad gytuno bod cymdeithasau cymunedol fel cymdeithasau rhandiroedd lleol neu grwpiau Country Market yn brif gynhyrchwyr, wrth fynd ati i ystyried pob achos yn unigol. Ym mhob achos, rhaid eu bod yn gynhyrchwyr bona fide; os oes gennych unrhyw amheuaeth, cysylltwch â swyddfa FARMA.

3. Cynnyrch cynradd

Cynnyrch cynradd yw cynnyrch sydd wedi'i dyfu neu'i fagu ar dir y cynhyrchwr. Yn achos anifeiliaid a phlanhigion, mae hyn yn golygu cael eu tyfu neu'u gorffen (gan dreulio o leiaf 50% o'u hoes) ar dir y cynhyrchwr. Dylid blaenoriaethu'r ganran uchaf o oes y cynnyrch a dreuliwyd ar dir y cynhyrchwr.

Gall helgig a saethwyd neu a ddaliwyd oddi mewn i'r ardal leol ddiffiniedig gael ei werthu mewn marchnad ffermwyr gan y person a fu'n magu neu sydd â thrwydded i hela'r helgig.

Yn ddelfrydol, dylai pysgod mewn marchnad ffermwyr gael eu gwerthu gan y pysgotwr. Gall cynrychiolydd nifer o fadau lleol fynychu'r farchnad cyhyd â bod y pysgodfeydd yn bysgodfeydd lleol y glannau sy'n wybyddus ac y gellir profi cyswllt â'r busnes(au) pysgota.

4. Cynnyrch eilaidd

Cynhyrchydd eilaidd yw unrhyw un sy'n prosesu cynnyrch neu'n ychwanegu gwerth. Yn achos cynnyrch wedi'i brosesu, dylai'r cynnyrch sylfaenol fod wedi'i addasu'n sylweddol a rhaid iddynt gynnwys cymaint â phosib o gynnyrch lleol — mae hyn yn golygu bwyd sydd wedi'i dyfu neu'i fagu oddi mewn i'r ardal y mae'r farchnad yn ei diffinio'n lleol. Dylid cadw derbynebaw i brofi o ble y daw'r cynnyrch i'w harchwilio ar gais gan reolwr y farchnad a Safonau Masnach; dylai cynhyrchwyr sy'n tyfu eu cynnyrch eu hunain fod yn barod i gael ymweliad gan gynrychiolydd a benodwyd gan reolwyr y farchnad.

Dylai proseswyr sydd eisiau manteisio ar lwyddiant marchnadoedd ffermwyr, sydd wedi'u hadeiladu'n rhannol ar y ffaith bod y bwyd yn lleol, fod yn barod i lynu wrth egwyddorion tebyg.

5. Polisi a gwybodaeth

Dylai marchnad ffermwyr fod wedi'i labelu'n glir felly, ac ar wahân i unrhyw weithrediad manwerthu arall, yn arbennig stondinau marchnad eraill a fyddai'n drysu canfyddiad cwsmeriaid o'r hyn yw marchnad ffermwyr. Dylai pob marchnad ffermwyr gael ei gweithredu yn unol â deddfwriaeth Safonau Masnach, Iechyd yr Amgylchedd, trwyddedau alcohol, siarteri marchnad, ac unrhyw ddeddfwriaeth berthnasol arall.

Dylai polisi pob marchnad ffermwyr ynglŷn â bwyd sydd wedi'i gynhyrchu'n lleol, ac sy'n annog dulliau cynhyrchu mwy cynaliadwy, fod ar gael i gwsmeriaid.

Rhaid i gynhyrchwyr lunio gwybodaeth ysgrifenedig glir am ddulliau cynhyrchu, a bydd y wybodaeth hon ar gael i unrhyw ddefnyddiwr sy'n gofyn amdani. Rhaid i'r farchnad hefyd roi cyhoeddusrwydd i'r ffaith bod y wybodaeth hon ar gael.

Am y tro, dylai marchnadoedd gynnwys polisi na chaiff organebau sydd wedi'u haddasu'n enetig, yn fwriadol eu gwerthu na'u cynnwys mewn cynnyrch sy'n cael eu gwerthu yn y farchnad. Gallai marchnadoedd sefydlu safonau eraill y maent yn teimlo sy'n briodol, e.e. cyfyngu ar ddefnyddio cynhwysion y mae defnyddwyr o'r farn eu bod yn annymunol, cydymffurfio â lefel benodol o safonau lles anifeiliaid, ac ati.

6. Meini prawf eraill

Gallai marchnadoedd osod rheolau eraill nad ydynt yn gwrthdaro â'r prif egwyddorion sydd wedi'u nodi yn y meini prawf. Rhaid mai prif nod y farchnad yw datblygu amgylchedd bywiog lle caiff defnyddwyr a chynhyrchwyr eu dwyn ynghyd a lle caiff egwyddorion marchnad ffermwyr eu hybu a'u cynnal. Mae rheolau enghreifftiol ar gael o swyddfa FARMA.

Atodiad 2: Crynodeb o Gyfnodau Menter o'r Fferm i'r Fforch

Ffynhonnell: *Ymchwil Miller (2015)*

Cyflawnwyd menter O'r Fferm i'r Fforch yn erbyn y gyfres ganlynol o fesurau allweddol a gytunwyd gyda Llywodraeth Cymru:

Cyfnod 1 (Tachwedd 2009 i Fedi 2011)

Hysbysebu i ddefnyddwyr:

- Creu a lleoli hysbysebion yng nghyfyngau allweddol y wasg brint dros gyfnod y prosiect i atgyfnerthu amcanion allweddol y prosiect.

Ymgyrch i ddefnyddwyr yn y wasg a'r cyfryngau:

- Lansio a gweithredu cystadleuaeth i ganiatáu astudiaethau achos rheolaidd o gynhyrchwyr gwerthiant bwyd uniongyrchol mewn o leiaf ddau bapur newydd dyddiol yn 2010;
- Lansio elfen ymgyrch ymgofrestru generig i annog sefydliadau a defnyddwyr i gefnogi gwerthiant uniongyrchol.

Presenoldeb mewn digwyddiadau:

- Gŵyl Aeaf Cymdeithas Amaethyddol Frenhinol Cymru 2009 i lansio'r prosiect gyda chymorth Gweinidog Cymru;
- Presenoldeb yn Eisteddfod Genedlaethol 2010;
- Presenoldeb mewn nifer o sioeau amaethyddol yng Nghymru;
- Presenoldeb mewn detholiad o ddigwyddiadau defnyddwyr yng Nghymru.

Cylchlythyrau / bwletinau newyddion:

- Llunio bwletinau rheolaidd i gynhyrchwyr i gwmpasu gweithgarwch tîm y prosiect a materion y sector yn ehangach;
- Llunio cylchlythyr tymhorol i ddefnyddwyr ar gyfer Gaeaf 2009, Gwanwyn 2010, Haf 2010, Hydref 2010, Gaeaf 2010, Gwanwyn 2011, a Haf 2011.

Gwefan:

- Llunio e-borthol i ddefnyddwyr a chynhyrchwyr sy'n cyflawni'r tasgau craidd canlynol:
- Hyrwyddo manteision gwerthiant uniongyrchol i ddefnyddwyr;
- Hyrwyddo astudiaethau achos y cynhyrchwyr i ddefnyddwyr;
- Darparu adran mewngofnodi i gynhyrchwyr a rhanddeiliaid eraill er mwyn darparu adnoddau a gwybodaeth allweddol am y sector iddynt.

Cynhadledd Gwerthiant Uniongyrchol:

- Trefnu Cynadleddau Gwerthiant Uniongyrchol Cenedlaethol;
- Ymgysylltu â rhanddeiliaid;
- Adrodd i'r Grŵp Llywio Gwerthiant Uniongyrchol o leiaf deirgwaith yn ystod oes y prosiect (neu ar gais).

Cyfnod 2 (Hydref 2011 i Fehefin 2014)

Wedi i weithgarwch ac adroddiadau deilliannau Cyfnod 1 ddod i ben, ceisiwyd arian pellach i gynnal rhyw lefel o gymorth i'r sector. Yn yr un modd, cytunwyd i ddarparu rhywfaint o gyswllt lefel isel â rhanddeiliaid ynghyd â chynnal gwefan O'r Fferm i'r Fforc. Yn ystod y cyfnod hwn, bu i dîm O'r Fferm i'r Fforc gynnal adolygiad a llunio cynllun ar gyfer cyfnod pontio arfaethedig tuag at Gynllun Datblygu Gwledig 2014-20.

Cyfnod 3 (Gorffennaf 2014 i Fedi 2015)

Deilliannau allweddol Cyfnod 3 oedd manteisio'n llawn ar weithgarwch adeiladu capasiti ac asedau adeiladu o Gyfnodau 1 a 2 ac ychwanegu gwerth atynt, a chreu gwaddol o gyfleuster O'r Fferm i'r Fforc. Y tri phrif faes a nodwyd i gyflawni hyn oedd:

- *Fork2Fork.Wales* – creu platfform digidol cynaliadwy newydd a chyfleuster rhyngweithiol yn seiliedig ar dechnoleg arloesol uwch i ddarparu platfform, y cyntaf o'i fath yn y byd, a fyddai'n creu ei gynnwys ei hun ac yn ei ddiweddarau ei hun, ac a fyddai'n:
 - Canolbwyntio ar gynhyrchwyr – i ganiatáu i'r prif gynhyrchwyr bostio blogiadau, ryseitiau a digwyddiadau. Byddai hefyd yn cynnwys cronfa ddata a chyfeiriadur cynhwysfawr o gynhyrchwyr ac astudiaethau achos, yn ogystal â gwybodaeth a digwyddiadau yn ymwneud â sgiliau gwerthu uniongyrchol y cynhyrchwyr.
 - Canolbwyntio ar ddefnyddwyr – porthol ar-lein i ddefnyddwyr i gael y wybodaeth a'r storïau diweddaraf am y diwydiant bwyd a diod, ryseitiau, a digwyddiadau a gwyliau bwyd.
 - Micro-wefan Gwyliau Bwyd – methodd ceisiadau blaenorol ymysg rhanddeiliaid i ddatblygu canolbwynt cynaliadwy ar gyfer digwyddiadau bwyd. Felly, ar ôl ymgynghori â Llywodraeth Cymru a threfnwyr gwyliau bwyd allweddol, crëwyd micro-wefan newydd i Wyliau Bwyd (www.foodfestivals.wales) fel rhan o blatfform digidol O'r Fferm i'r Fforc, gan ei integreiddio i'r adran ddigwyddiadau.

- *Cyhoeddiad Teithiau Bwyd Lleol O'r Fferm i'r Fforch* – hyrwyddo a dathlu llwyddiannau prosiect O'r Fferm i'r Fforch a chyhoeddi astudiaethau achos 'gorau yn y dosbarth' wedi'u llunio dros oes y prosiect. Er mwyn darparu dogfen waddol, rhoi diben newydd i holl gynnwys y wefan gan ei ddefnyddio mewn cyhoeddiadau eraill i gynulleidfaoedd ehangach. Hefyd, codi ymwybyddiaeth a chynyddu defnydd defnyddwyr o'r platfform digidol newydd. Roedd y cyhoeddiad wedi'i anelu at dwristiaid a ymwelai â Chymru, yn ogystal â phobl leol, cynhyrchwyr a threfnwyr digwyddiadau bwyd. Nod y cyhoeddiad oedd atgyfnerthu negeseuon Llywodraeth Cymru ym maes penodol twristiaeth bwyd, gwyliau bwyd a chynyddu arloesedd a thwf busnesau bwyd.
- *Arloesi Bwyd Cymru* – creu brand trosfwaol i'r Canolfannau Bwyd yng Nghymru er mwyn annog un pwynt cyswllt i gynhyrchwyr cynradd a gweithredwyr gwerthiant uniongyrchol i arloesi ac uwchsgilio eu hunain yn y dyfodol. Roedd hyn yn cynnwys nodi cynhyrchwyr cynradd posibl sy'n addas i dyfu'n fwy a hyrwyddo prosiectau cysylltiedig, fel prosiect KITE¹³. Yn benodol, ceisiai'r ffrwd hon osod sylfaen dull integredig i gynhyrchwyr cynradd wrth baratoi at gylch cyllido nesaf y Cynllun Datblygu Gwledig.

¹³ Roedd Prosiect Cyfnewid Gwybodaeth Arloesi a Thechnoleg (KITE) yn hwyluso partneriaeth ragweithiol rhwng busnesau bwyd bach a chanolig, unigolion cysylltiedig (graddedigion/unigolion sydd â phrofiad o'r diwydiant) a Chanolfannau Bwyd Cymru (Canolfan Diwydiant Bwyd Zero2Five, Prifysgol Fetropolitan Caerdydd, a'r Ganolfan Dechnoleg Bwyd, Coleg Menai).

Atodiad 3: Prosiectau sydd ar y Gweill

Ffynhonnell: [Llywodraeth Cymru](#)

- *Meithrin cydweithrediad a datblygu cadwyni cyflenwi ym maes twristiaeth bwyd yng Nghymru (Four Cymru FBA Ltd.):* Annog busnesau gwahanol sy'n darparu 'cynhyrchion' a gwasanaethau ym maes twristiaeth bwyd yng Nghymru (gan gynnwys gwyliau bwyd, digwyddiadau bwyd a siopau fferm) i gydweithredu ac i gydweithio. Mae angen cyllid er mwyn meithrin gallu, creu clystyrau/rhwydweithiau newydd, a rhannu'r arferion gorau; a hefyd i sbarduno gweithgareddau gwell a gweithgareddau newydd fel rhan o gynllun gweithredu twristiaeth bwyd i Gymru gyfan.
- *Cywain (Menter a Busnes):* Model ar gyfer cydweithredu yng nghyswllt cadwyni cyflenwi a fydd yn cynnig cymorth wedi'i dargedu i ficrofusnesau a busnesau bach a chanolig yn y sector bwyd a diod yng Nghymru. Bwriedir treialu'r cymorth a fydd yn cael ei ddarparu i helpu i ddatblygu capasiti a gallu, hwyluso prosesau trosglwyddo gwybodaeth, gwella gwybodaeth am y diwydiant, a gwella'r gwaith sy'n cael ei wneud i integreiddio cadwyni cyflenwi.
- *Tyfu Fyny (Y Ffederasiwn Ffermydd Dinesig a Gerddi Cymunedol):* Prosiect i ddatblygu sector bwyd cymunedol ffyniannus, ac ennyn diddordeb rhagor o bobl, gan arwain at gymunedau iachach a mwy cydnherth ledled Cymru drwy gefnogi mentrau bwyd cymunedol. Drwy fuddsoddi mewn trosglwyddo gwybodaeth, ac mewn sgiliau ym maes bwyd cymunedol a mentrau cymunedol, byddwn yn diwallu'r angen i gynhyrchu mwy o fwyd, arallgyfeirio'n ariannol a bod yn gynaliadwy.
- *Economi Gydnerth – Cadwyni Cyflenwi Lleol (Cyngor Bwrdeistref Sirol Pen-y-bont ar Ogwr):* Prosiect i wneud gwaith ymgysylltu a gwaith i feithrin gallu. Bydd hefyd yn cynnwys ymchwil fanwl a gweithgareddau dichonoldeb, a'i nod fydd chwalu'r rhwystrau rhag creu cadwyni cyflenwi byrrach ar gyfer nwyddau'r tir. Bydd yn mynd ati hefyd i feithrin dealltwriaeth o anghenion sectorau busnesau bach a chanolig perthnasol (e.e. lletygarwch, manwerthu) ac yn treialu ffyrdd newydd o ymgysylltu. Bydd cyfres o gynlluniau cydweithio'n cael eu datblygu'n llawn.

- *Cymru – Cyrchfan ar gyfer Bwyd (LANTRA)*: Prosiect cydweithredol a fydd yn dod â rhanddeiliaid allweddol a busnesau bwyd a thwristiaeth masnachol ynghyd i ddatblygu a threalu atebion cynaliadwy mewn perthynas â chadwyni cyflenwi. Caiff cynllun ei ddatblygu i gydnabod busnesau sy'n defnyddio, yn gweithio ac yn gwerthu bwyd o Gymru. Caiff buddsoddiad ei wneud mewn gwella'r gadwyn gyflenwi, gwella cysylltiadau a hyrwyddo Cymru yn gyrchfan ar gyfer bwyd.
- *Blas Lleol (Cotyledon Business & Management Ltd.)*: Ar sail y dystiolaeth am yr angen ac ar sail galw lleol, nod Blas Lleol yw creu system fwyd lle bydd ffermwyr, cynhyrchwyr a thyfwyr yn cydweithredu drwy ganolfannau/marchnadoedd lleol. Byddant yn darparu bwyd fforddiadwy a fydd wedi'i dyfu/cynhyrchu'n lleol drwy gadwyni cyflenwi ffisegol a chymdeithasol byrrach. Bydd hynny'n fodd i feithrin cydnerthedd cymdeithasol ac amgylcheddol, cryfhau hunaniaeth cymunedau gwledig a meithrin gallu entrepreneuraidd.

Atodiad 4: Adolygiad o Lenyddiaeth a Chyfeirnodau

Cyflwyniad

Mae'r atodiad hwn yn rhoi adolygiad cryno o rai o'r astudiaethau sydd wedi asesu manteision a buddion marchnadoedd ffermwyr. Y mae hefyd yn ystyried yr hyn mae'r llenyddiaeth yn dweud am y ffactorau sy'n gwneud marchnad ffermwyr yn llwyddiannus. Mae rhestr o'r dogfennau a drafodir yn yr adolygiad i'w gweld ar y diwedd.

Manteision marchnadoedd ffermwyr

Mae gennym ddiddordeb penodol yn y gwaith ymchwil hwn i fanteision economaidd marchnadoedd, a marchnadoedd bwyd yn benodol. Yr effaith economaidd uniongyrchol ar ffermwyr a chynhyrchwyr sy'n gwerthu eu cynnyrch yn y marchnadoedd yw'r fwyaf amlwg, efallai. Ond y mae tystiolaeth o'r effaith economaidd ehangach sydd i farchnadoedd. Er enghraifft, edrychodd adroddiad Cyfeillion y Ddaear (Bullock, 2000) ar farchnad ffermwyr Winchester a dangoswyd ei bod wedi arwain at hyd at 30 y cant o gynnydd yn nerbyniadau siopau canol y dref.

Astudiaeth a luniwyd yn 2015 gan Gymdeithas Genedlaethol Awdurdodau Marchnadoedd Prydain (NABMA) yw *Markets Matter: Reviewing the Evidence & Detecting the Market Effect*. Y mae'n adolygiad cynhwysfawr o dystiolaeth gyhoeddedig y dwedir ei bod yn 'dangos yn ddiamwys' bod marchnadoedd yn cyfrannu at iechyd economaidd, cymdeithasol a gwleidyddol trefi a dinasoedd. Roedd y gwaith ymchwil a wnaed yn cynnwys dadansoddi setiau data mawr o nifer ymwelwyr i ddangos bod marchnadoedd yn ychwanegu at fywiogrwydd canol trefi a dinasoedd, yn ogystal â gweithredu fel sbardun pwysig i greu newid mewn canol trefi a dinasoedd.

Pwysig yw nodi bod yr ymchwil a wnaed ar gyfer NAMBA yn canolbwyntio ar farchnadoedd yn gyffredinol, yn hytrach na marchnadoedd ffermwyr neu fwyd. Ond gwneir rhywfaint o gyfeiriad at farchnadoedd ffermwyr, a chyfeirir at adroddiad Cyfeillion y Ddaear sydd eisoes wedi'i ddyfynnu uchod, ymchwil a wnaed yn 2008 a ganfu y gall fod enillion sylweddol i ffermwyr sy'n mynychu marchnadoedd,¹⁴ ac ymchwil a wnaed yn 2011 a ganfu fod marchnadoedd ffermwyr marchnadoedd eraill yn cynnig cyfleoedd incwm i fusnesau lleol sy'n cyfrannu at eu cynaliadwyedd.¹⁵

¹⁴ Brown C. a Miller S. (2008).

¹⁵ Morales A. (2011).

Ond y mae gwaith ymchwil ym Mhrydain sydd wedi canolbwyntio ar farchnadoedd ffermwyr. Mae'r ddogfen a gyhoeddwyd gan Gymdeithas Llywodraeth Leol yn 2001, *Sustainable Farmers Markets: Developing Good Practice* yn dyfynnu arolwg a gomisiynwyd gan NFU ym mis Mawrth 2000 a oedd yn amcangyfrif, am bob £100 a gaiff ei wario mewn marchnad ffermwyr, caiff £80 ei ddychwelyd i'r economi lleol (o gymharu ag £20 ym mhob £100 a gaiff ei wario mewn archfarchnad).

Mewn astudiaeth gan NEF yn 2005¹⁶, edrychwyd ar y cyfraniad y mae marchnadoedd stryd a marchnadoedd ffermwyr yn Llundain yn gwneud i'w heconomiâu lleol, i'w cymunedau lleol, ac i Lundain gyfan. Canolbwyntiwyd ar rôl marchnadoedd o ran rhoi mynediad at fwyd maethlon ac effeithiau ehangach marchnadoedd Llundain o ran y swyddi y maent yn creu, eu heffaith ar y gymuned fusnes, a'r cyfoeth y maent yn creu. Edrychodd hyn fanwl ar bedair marchnad, gan gynnwys dwy farchnad ffermwyr, yn Ealing a Marylebone.

Casgliad cyffredinol yr astudiaeth oedd, o ystyried eu cyfraniadau cadarnhaol a sylweddol i les economaidd lleol, diet, a'r synnwyr o le, dylai marchnadoedd stryd a marchnadoedd ffermwyr fod yn cael eu hannog. Hefyd, gyda'r cymysgedd cywir o gymorth a strategaethau priodol, ystyrid y gallai marchnadoedd stryd a marchnadoedd ffermwyr chwarae rôl sylweddol iawn wrth fynd i'r afael â thlodi bwyd, hybu cymunedau cryfach, a chynyddu effeithiau adfywio ledled Llundain. Dyma rai o'r canfyddiadau penodol:

- Gwelwyd bod marchnadoedd ffermwyr yn fwy cystadleuol o ran pris na'r hyn sy'n cael eu dybio'n aml, ac fel mae'r dadansoddiad o brisiau yn dangos gallant gystadlu'n effeithiol ag archfarchnadoedd.
- Mae marchnadoedd stryd a marchnadoedd ffermwyr fel ei gilydd yn cynnig cyrchfannau i gwsmeriaid ac yn annog pobl i siopa yn yr ardaloedd lle maent yn seiliedig. Yn ôl cyfweiliadau â manwerthwyr lleol a dadansoddiadau o wariant cwsmeriaid, ceir effeithiau cadarnhaol sylweddol ar fasnach ymysg manwerthwyr sydd wedi'u lleoli'n agos at y marchnadoedd. Hefyd, mae nifer o'r manwerthwyr yn nodi pwysigrwydd y marchnadoedd wrth greu cyrchfannau deniadol i siopwyr a gwella'r amgylchedd i'w holl gwsmeriaid.
- Mae marchnadoedd y ddau sector yn darparu *cyfalaf cymdeithasol* gwerthfawr sy'n aml ar goll i'r cymunedau hynny lle maent yn seiliedig. Maent yn fannau cwrdd ac yn lleoliadau cyfnewid cymdeithasol, i ddysgu am fwyd ac i ymwneud â'r gymuned. Y mae'n ymddangos bod y manteision yn arbennig o bwysig i bobl hŷn.

¹⁶ Sefydliad Economeg Newydd (2005).

Ond wrth gymharu dwy farchnad draddodiadol a dwy farchnad ffermwyr, gyda llai o oriau a diwrnodau gweithredol yn ogystal â bod heb ennill eu plwyf gymaint mewn cymunedau, pwysleisiwyd bod marchnadoedd ffermwyr yn llawer llai sylweddol o ran eu hallbynnau na marchnadoedd traddodiadol.

Caiff yr awgrym o sgil-effaith economaidd ar ddinasoedd neu drefi sy'n gartref i'r farchnad ei ategu mewn cyhoeddiad gan Countryside Agency yn 2001 (*Farmers' markets in the south-east of England: their economic, environmental and social performance*). Edrychai'r cyhoeddiad hwn ar berfformiad 18 o farchnadoedd ffermwyr a weithredai yn y rhanbarth. Gwelwyd bod marchnadoedd ffermwyr yn rhoi cymorth gweithredol i'r economi gwledig a bod iddynt botensial mawr i annog cymorth i ffurfiau o reoli tir sy'n fuddiol i'r amgylchedd. Gwelwyd hefyd ei bod yn ymddangos bod marchnadoedd ffermwyr yn cynyddu bywiogrwydd a phroffil canol trefi a phentrefi, gan fod yn fuddiol i fasnachwyr lleol eraill.

Mae astudiaeth¹⁷ gan Sefydliad Joseph Rowntree yn 2006 yn ategu'r awgrym bod i farchnadoedd fanteision cymdeithasol, gan ddisgrifio marchnadoedd fel 'safleoedd pwysig o ryngweithio cymdeithasol i gymunedau lleol', yn arbennig drwy ddarparu lleoedd i bobl hŷn ryngweithio'n gymdeithasol.

Gyda chostau isel a pherthynas uniongyrchol â chwsmeriaid, caiff masnachu mewn marchnad ei ystyried yn aml fel un o'r mannau gorau i gychwyn ym myd busnes. Ond yn ôl rhai adroddiadau, er y gall costau masnachu fod yn isel mewn marchnad, mae rhwystrau'n bodoli rhag cychwyn busnes mewn marchnad sy'n ei gwneud yn anodd i fasnachwyr newydd, neu sydd hyd yn oed yn atal darpar entrepreneuriaid¹⁸.

Awgrymir yn aml y gallai marchnadoedd fod yn annog twristiaeth, yn arbennig yn achos marchnadoedd arbenigol a marchnadoedd ffermwyr. Ond mae'n nodedig nad yw'r effaith ar dwristiaeth wedi'i nodi ymhlith y manteision yn yr adroddiadau a drafodir uchod. Yn wir, mae'n ymddangos mai amheus yw unrhyw gyswllt â thwristiaeth. Daw astudiaeth gan Ffederasiwn Cenedlaethol y Masnachwyr Marchnad yn 2012 i'r casgliad nad oes tystiolaeth gref i gefnogi'r fath hawliadau¹⁹.

¹⁷ Sefydliad Joseph Rowntree (2006).

¹⁸ Bord Bia (2014).

¹⁹ Oldershaw (2012).

Cyfeiria'r adroddiad hwnnw at gymhariaeth o bedair marchnad gan NEF yn yr adroddiad a drafodir uchod sy'n awgrymu y gallai marchnadoedd traddodiadol mewn gwirionedd fod yn well ar annog ymwelwyr o bell na marchnadoedd ffermwyr. Yn yr astudiaeth honno, roedd 97% a 77% o'r ymwelwyr â'r ddwy farchnad fferm yn byw o fewn tair milltir, o gymharu â 47% a 56% yn unig yn achos y ddwy farchnad draddodiadol. Nid yw hyn o anghenraid yn golygu bod cwsmeriaid yn fwy tebygol o gael eu denu gan gynigion marchnadoedd traddodiadol, ac efallai eu bod yn cael eu hyrwyddo'n well neu fod gan bobl fwy o ymwybyddiaeth ohonynt am eu bod wedi ennill eu plwyf.

Ffactorau llwyddiant marchnadoedd ffermwyr

Dyma ddyfyniad (wedi'i gyfieithu) o ganllaw a gyhoeddwyd fel rhan o fenter Making Local Food Work, *Building Successful Farmers' Markets*:²⁰

*I fod yn llwyddiannus rhaid i farchnad ffermwyr fod â **digon o stondinau a digon o gwsmeriaid**. Mae mor syml â hynny! Y tric yw gwneud yn siŵr bod gan eich marchnad amrywiaeth dda sy'n cwmpasu'r elfennau sylfaenol – llysiau, ffrwythau, cig, bara, caws, yn ogystal â jam, cyffraith, cacenni, diodydd alcohol ac ysgafn, planhigion, blodau, bod arddangosfeydd ar stondinau yn ddeniadol a hael, a bod cynllun y farchnad yn annog cwsmeriaid i dreulio amser yn gweld popeth sydd ar gael. I wneud yn siŵr bod eich holl stondinwyr yn parhau i ddychwelyd dro ar ôl tro, mae angen digonedd o gwsmeriaid sy'n gwario arian yn y farchnad.*

Caiff y 'ffactorau llwyddiant' canlynol eu nodi yn yr un ddogfen:

- **Denu digon o gwsmeriaid:** Mae denu digon o gwsmeriaid i'ch marchnad yn hanfodol i'w llwyddiant. Y marchnata allanol a wnewch sy'n cyfri – sut ydych yn dweud wrth bobl am eich marchnad, ble mae hi, a phryd.
- **Cael cwsmeriaid i wario eu harian yn y farchnad:** Golwg a naws y farchnad, y cynllun, ac ansawdd y cynnyrch sydd ar gael yw'r pethau allweddol a fydd yn dylanwadu ar b'un a fydd rhywun yn aros ac yn prynu, a faint o arian fydd yn gwario.
- **Cadw cwsmeriaid:** Anodd yw denu cwsmeriaid newydd i farchnad, felly unwaith eu bod nhw yno, mae angen ichi wneud yn siŵr eu bod yn dychwelyd dro ar ôl tro.

²⁰ Making Local Food Work (2011). Llawlyfr i gyd-fynd â gweithdy i drefnwyr marchnad ffermwyr oedd hwn, gan Making Local Food Work. Rhaglen wedi'i hariannu gan y Gronfa Loteri Fawr yw hon sydd, ymysg pethau eraill, yn rhoi cymorth i farchnadoedd ffermwyr presennol i'w helpu i oroesi a ffynnu. Cafodd elfen hon y prosiect ei rhedeg ar y cyd rhwng Sefydliad Plunkett a FARMA.

- **Cynnwys y gymuned:** Gall ffurfio cysylltiadau cryf â'ch cymuned leol fod yn ddefnyddiol iawn. Gwelsom fod marchnadoedd sydd â chysylltiadau agos â'u cymunedau yn aml yn fwy llwyddiannus.
- **Cynhyrchwyr:** Nid hawdd bob amser yw dod o hyd i gynhyrchwyr, ond i redeg marchnad llwyddiannus hanfodol yw bod amrywiaeth dda yn mynychu'n rheolaidd. Mae canfod a chadw cynhyrchwyr sydd o safon briodol yn rhan bwysig o waith trefnydd.

Yn ogystal â phwysleisio manteision marchnadoedd ffermio, mae adroddiad Countryside Agency yn 2001 hefyd yn nodi rhai gwendidau sylweddol y credai'r awduron fyddai'n effeithio ar faint a natur eu hehngiad yn y dyfodol:

- **Cymorth i gynhyrchwyr:** gan gynnwys cymorth i gynhyrchwyr presennol fod yn fwy proffidiol ac i gynhyrchwyr newydd chwarae mwy o ran.
- **Datblygu'r farchnad:** gan gynnwys dylanwadu ar ymwybyddiaeth/dewis y defnyddwyr, ac felly cynyddu'r farchnad o ran cyfleoedd i brynu bwyd lleol.
- **Rheoli a threfnu'r marchnadoedd:** datblygu'r strwythurau i gydreoli marchnadoedd a datblygu gwell dealltwriaeth o arferion gorau. Nodwyd yr angen am gydlynw gwell hefyd, i sicrhau bod marchnadoedd yn cefnogi'i gilydd (yn hytrach na'u bod mewn cystadleuaeth).
- **Cynnal uniondeb brand marchnad ffermwyr:** mae angen i systemau achredu fod yn eu lle i sicrhau bod y defnydd o'r enw yn cydymffurfio â safon.

Gwneir nifer o argymhellion yn yr adroddiad er mwyn datblygu potensial marchnadoedd ffermwyr ymhellach:

- Darparu hyfforddiant i drefnwyr marchnad newydd a phrofiadol i wella eu busnes a lledaenu gwybodaeth (e.e. arferion da)
- Rhoi cyngor i gynhyrchwyr ar syniadau i arallgyfeirio a thrwy ddarparu rhestr o gynnyrch y mae pobl yn chwilio amdanynt mewn marchnadoedd
- Dylai Awdurdodau Lleol gynorthwyo marchnadoedd i ddatblygu yn ystod eu tair blynedd gyntaf
- Dylai asiantaethau llywodraeth gynorthwyo'r gwaith o gydlynw a rheoli'r marchnadoedd a gweithredu system i achredu marchnadoedd.

Yn yr ymchwil a wnaed fel rhan o'r gwaith o ddatblygu canllaw i'r marchnadoedd bwyd yn Iwerddon²¹, nodwyd cyfres o heriau y mae angen i farchnadoedd bwyd oresgyn yn y blynyddoedd nesaf, yn ogystal â chyfres o gyfleoedd. Caiff y cyfleoedd hyn eu hystyried yn ddangosyddion cadarnhaol o'r gwir botensial sydd i farchnadoedd bwyd, cyhyd â bod rheolwyr marchnadoedd a stondinwyr yn barod i gymryd y camau sydd eu hangen i fynd i'r afael â'r heriau a nodwyd.

²¹ Bord Bia (2014).

Heriau	Cyfleoedd
Pwyslais parhaus ar brisiau ymysg defnyddwyr. Canfyddiad rhai yw bod marchnadoedd bwyd yn ddrutach na manwerthu confensiynol.	Mwy o ddiddordeb mewn bwydydd lleol ymysg defnyddwyr, a pharodwydd i'w derbyn. Mae lefel uwch o ymwybyddiaeth ymysg defnyddwyr o werth tarddle a stori cynnyrch unigol, boed yn gynnyrch crefft o lwerddon neu dramor.
Y ffi am lain.	Mae cyswllt cryf ym meddwl y defnyddiwr rhwng cynnyrch marchnad a ffordd o fyw iachach.
Effaith tywydd garw ar farchnadoedd awyr agored. Nid yn unig mae gwyntoedd cryfion a thywydd stormus yn rhwystr i ddefnyddwyr, ond maent hefyd yn creu materion iechyd a diogelwch o ran stondinau, gasibos, canopïau ac ymbaréls.	Mae prynu bwyd gan gynhyrchwyr bach a chrefftwyr yn fwyfwy atyniadol, a'r mwynhad o sut mae bwyd wedi'i arddangos yn fwy creadigol mewn marchnadoedd bwyd.
Angen strwythurau rheoli effeithiol i fynd i'r afael â gofynion cyfleuster a sicrhau bod safonau iechyd a diogelwch yn gyson uchel.	Mewn ardaloedd trefol, mae diddordeb cynyddol mewn 'bwyd stryd' o ansawdd uchel.
Angen mwy o gymorth a dealltwriaeth gan rai cyrff llywodraeth leol.	Mae defnyddwyr yn gweld gwerth cynyddol yn y gallu i gynnal sgwrs uniongyrchol gyda'r person a dyfodd neu a greodd y cynnyrch bwyd.
Diffyg cyfleoedd hyfforddiant i stondinwyr a rheolwyr marchnadoedd i fynd i'r afael â safonau gweithredol a sgiliau rheoli marchnad.	Caiff defnyddwyr bleser yn yr elfen 'theatr' sydd i fwyd, yn arbennig wrth ei wylïo'n cael ei baratoi neu'i goginio mewn marchnad fwyd.
Lleihad yn yr arfer o wirfoddoli, sydd wedi effeithio'n benodol ar farchnadoedd sy'n cael eu rheoli gan y stondinwyr, hynny yw marchnadoedd sy'n rheoli'u hunain.	Gall marchnadoedd bwyd chwarae rhan bwysig fel deorfa i gwmnïau bwyd newydd, gan ganiatáu iddynt dreialu cynnyrch am gost cymharol fach.
	Mae marchnadoedd bwyd cryf yn cynnig cyfleoedd i brosiectau cymunedol a all gynnwys tyfwyr lleol/trefol, ac arwain at fanteision economaidd, addysgol a hamdden.

Atodiad 5: Cyfeirnodau

Adroddiadau

Morales A. (2011) *Marketplaces: prospects for social, economic and political development*. Journal of Planning Literature 26 (1): 3–17.

Brown C. a Miller S. (2008) *The impact of local markets: a review of research on farmers' markets and community supported agriculture*. American Journal of Agricultural Economics 90 (5): 1298–1302.

Hallsworth A. et al. (2015) *Markets Matter: reviewing the evidence and detecting the market effect*. Sefydliad Rheoli Lleoedd a Phrifysgol Fetropolitan Manceinion.

Bullock S. (2000) *The Economic Benefits of Farmers' Markets*. Cyfeillion y Ddaear.

Bord Bia (2014) *Guide to Food Markets in Ireland*.

Thomas B. (2003) *The Adoption of the Internet by Farmers Markets in South East Wales*. Prifysgol Morgannwg.

The Countryside Agency (2001) *Farmers' Markets in the South East of England: Their Economic, Environmental and Social Performance*.

Sefydliad Joseph Rowntree (2006) *Markets as sites for social interaction*.

Cymdeithas Llywodraeth Leol (2001) *Sustainable Farmers' Markets: Developing Good Practice*.

Rhaglen Making Local Food Work (2012) *Making Local Food Work Magazine*, Mawrth 2012.

Ymchwil Miller (2015) *Evaluation of Fork2Fork*. Francis Balsom Associates (FBA), ariannwyd gan Lywodraeth Cymru.

Ymchwil Miller (2014) *Assessing the supply and demand for vocational education and training across the Food and Drink Supply Chain in Wales*. Prosiect Sgiliau Bwyd a Diod Cymru.

Sefydliad Economeg Newydd (2005) *Trading Places: The local economic impact of street produce and farmers' markets*.

Oldershaw J. (2012) *Retail markets in the UK: A review of recent research*. Ffederasiwn Cenedlaethol y Masnachwyr Marchnad.

FARMA (2007) *A Comparative Study of Farmers' and Producers Markets within Wales*. Astudiaeth i Lywodraeth Cymru.

Making Local Food Work (2011) *Building Successful Farmers' Markets*. Sefydliad Plunkett, FARMA, ariannwyd gan y Gronfa Loteri Fawr
(<http://www.farma.org.uk/media/originals/0/76/building-successful-farmers-markets.pdf>).

Y Comisiwn Ewropeaidd (2013) *Report from the commission to the European Parliament and the Council on the case for a local farming and direct sales labelling scheme*.

Rheoliadau Llywodraeth Leol (2011) *Buying food with geographical descriptions – How 'local' is 'local'? A Local Authority Survey*.

Gwefannau / cyfeiriadur ar-lein

Country Markets (<http://www.country-markets.co.uk/find-a-market>)

Marchnadoedd Ffermwyr yng Nghymru (<http://www.fmiw.co.uk/>)

O'r Fferm i'r Fforch
(http://fork2fork.wales/en/community#b_start=0&c2=farmers-markets)

Cymdeithas Genedlaethol Manwerthu a Marchnadoedd y Ffermwyr – FARMA
(<http://www.farma.org.uk/members-map/>)

Think Local (<http://www.thinklocalscotland.co.uk/farmers-markets/>)

Discover Northern Ireland (<http://www.discovernorthernireland.com/Ulster-Farmers-Markets-A1930>)

Cyfeiriaduron eraill

Gower Holidays
(<http://www.the-gower.com/attractionsandactivities/localproduce/localproduce.html>)

The Independent
(<http://www.independent.co.uk/extras/indybest/food-drink/the-10-best-farmers-markets-8521126.html>)

Local Foods
(<http://www.localfoods.org.uk/local-food-directory?catid=4>)

Gourmet Wales
(<http://www.gourmetwales.co.uk/farmers-markets>)

Marchnadoedd Ffermwyr a Digwyddiadau Bwyd:
Ffactorau llwyddiant a gwersi a ddysgwyd

Termau chwilio Google a ddefnyddiwyd

“Top farmers markets”

“Wales farmers markets”

“England farmers’ markets”

“Scotland farmers’ markets”

“Northern Ireland farmers’ markets”

Wrth geisio dod o hyd i fanylion ychwanegol ynglŷn â marchnad, byddai enw'r farchnad yn cael ei rhoi i mewn yn Google a Facebook, e.e. “Ogwen Local Produce Market” a “Haverfordwest Farmers’ Market”. Byddai hyn hefyd yn cynnwys chwilio am enwau Cymraeg y marchnadoedd hynny a gaiff eu cynnal mewn ardaloedd lle mae'r Gymraeg yn fwy cyffredin, e.e. “Marchnad Cynnyrch Lleol Pontyberem”, “Marchnad Porthmadog”, “Marchnad Machynlleth”, ac yn y blaen.

Atodiad 6: Rhestr o Farchnadoedd a Nodwyd

- | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. Marchnad Ffermwyr Abakhan | 41. Marchnad Cynnyrch Lleol |
| 2. Marchnad Wledig Aberaeron | Llanddewi Brefi |
| 3. Marchnad Aberdâr | 42. Marchnad Wledig Llandeilo |
| 4. Marchnad Ffermwyr y Fenni | 43. Marchnad Ffermwyr Llanydddyfri |
| 5. Marchnad y Fenni | 44. Marchnad Wledig Llandrindod |
| 6. Marchnad Wledig Aberporth | 45. Marchnad Wledig Llandysul |
| 7. Marchnad Ffermwyr Aberystwyth | 46. Marchnad Llanelli |
| 8. Marchnad Ffermwyr Ynys Môn | 47. Marchnad Ffermwyr Llangedwyn |
| 9. Marchnad Wledig Aberhonddu | 48. Marchnad Wledig Llangeferni |
| 10. Marchnad Ffermwyr Aberhonddu | 49. Marchnad Wledig Llangollen |
| 11. Marchnad Ffermwyr Pen-y-bont ar | 50. Marchnad Cynhyrchwyr Lleol |
| Ogwr | Llangrannog |
| 12. Marchnad Pen-y-bont ar Ogwr | 51. Marchnad Ffermwyr Llangynidr |
| 13. Marchnad Wledig Llanfair-ym- | 52. Marchnad Wledig Llanrhystud |
| Muallt | 53. Marchnad Wledig Llanrwst |
| 14. Marchnad Ffermwyr Caerffili | 54. Marchnad Ffermwyr a Hen Bethau |
| 15. Marchnad Ganolog Caerdydd | Llanfihangel |
| 16. Marchnad Ffermwyr Glan yr Afon | 55. Marchnad Ffermwyr Llanwrtyd |
| Caerdydd | 56. Marchnad Bwyd a Chrefftai |
| 17. Marchnad Ffermwyr Caerfyrddin | Maenordy Llanyrafon |
| 18. Marchnad Ffermwyr Celyn | 57. Marchnad Machynlleth |
| (Marchnad Ffermwyr yr Wyddgrug) | 58. Marchnad Maesteg |
| 19. Marchnad Cynnyrch Gwledig Cas- | 59. Marchnad Wledig Maenorbŷr |
| gwent | 60. Marchnad Ffermwyr Marina |
| 20. Marchnad Ffermwyr Cas-gwent | 61. Marchnad Dan Do Merthyr Tudful |
| 21. Marchnad Cynnyrch Lleol Clydach | 62. Marchnad Wledig yr Wyddgrug |
| 22. Marchnad Ffermwyr Bae Colwyn | 63. Marchnad yr Wyddgrug |
| 23. Marchnad Wledig Conwy | 64. Marchnad Gynnyrch y Mwmbwls |
| 24. Marchnad Ffermwyr Conwy | 65. Marchnad Dan Do Castell-nedd |
| 25. Marchnad Ffermwyr y Bont-faen | 66. Marchnad Wledig Cei Newydd |
| 26. Marchnad Wledig Dinbych | 67. Marchnad Wledig Castellnewydd |
| 27. Marchnad Ffermwyr Dolgellau | Emlyn |
| 28. Marchnad Ffermwyr Abergwaun | 68. Marchnad Dinas Casnewydd |
| 29. Marchnad Dan Do Abergwaun | 69. Marchnad Wledig y Drenewydd |
| 30. Marchnad Garden Village | 70. Marchnad Ffermwyr y Drenewydd |
| 31. Marchnad Ffermwyr Glyndwr | 71. Marchnad Cynnyrch Lleol Ogwen |
| 32. Ffair Bwyd a Chrefftai Gorseinon | 72. Marchnad Wledig Ystumllwynarth |
| 33. Marchnad Ffermwyr Hwlfordd | 73. Marchnad Wledig Penfro |
| 34. Marchnad Dan Do Hwlfordd | 74. Marchnad Wledig Doc Penfro |
| 35. Marchnad Wledig y Gelli Gandryll | 75. Marchnad Dan Do Doc Penfro |
| 36. Marchnad y Gelli Gandryll | 76. Marchnad Ffermwyr Penarth |
| 37. Marchnad Gymunedol Trefyclo | 77. Marchnad Cynnyrch Lleol |
| 38. Marchnad Ffermwyr Llanbedr Pont | Penclawdd |
| Steffan | 78. Marchnad Cynnyrch Lleol Pennard |
| 39. Marchnad y Bobl Llanbedr Pont | 79. Marchnad Cynnyrch Lleol |
| Steffan | Pontarddulais |
| 40. Marchnad Ffermwyr Llanberis | 80. Marchnad Cynnyrch Lleol Pontiets |

Marchnadoedd Ffermwyr a Digwyddiadau Bwyd:
Ffactorau llwyddiant a gwersi a ddysgwyd

- | | |
|---|---|
| 81. Marchnad Cynnyrch Lleol
Pontyberem | 94. Marchnad Eryri |
| 82. Marchnad Pontypridd | 95. Marchnad Ffermwyr Sanclêr |
| 83. Marchnad Cynnyrch Lleol
Porthmadog | 96. Marchnad Wledig Tyddewi |
| 84. Marchnad Ffermwyr Llanandras | 97. Marchnad Ffermwyr Llandudoch |
| 85. Marchnad Ffermwyr Rhiwbina | 98. Marchnad Abertawe |
| 86. Marchnad Wledig Llandrillo-yn-
Rhos | 99. Marchnad Wledig Dinbych-y-
pysgod |
| 87. Marchnad Ffermwyr Rhosneigr | 100. Marchnad Dan Do Dinbych-y-
pysgod |
| 88. Marchnad Ffermwyr Rhisga | 101. Marchnad Ffermwyr Tonyrefail |
| 89. Marchnad Ffermwyr y Rhath | 102. Marchnad Wledig Tregaron |
| 90. Marchnad Wledig yr Orsedd | 103. Marchnad Ffermwyr Uplands |
| 91. Marchnad Ffermwyr Sioe Frenhinol
Cymru | 104. Marchnad Wledig Brynbuga |
| 92. Marchnad Wledig Rhuthun | 105. Marchnad Ffermwyr Brynbuga |
| 93. Marchnad Cynnyrch Lleol Sgeti | 106. Marchnad Dan Do y Trallwng |
| | 107. Marchnad Wledig Wreccsam |
| | 108. Marchnad Dan Do Wreccsam |

Sefydliadau Ymbarél

Marchnadoedd Ffermwyr Gogledd-ddwyrain Lloegr

<http://www.neefm.org.uk/>

Sefydliad ymbarél yw Marchnadoedd Ffermwyr Gogledd-ddwyrain Lloegr (NEEFM) ar gyfer gweithredwyr marchnadoedd ffermwyr yn y rhanbarth.

Ei amcanion yw:

- codi ansawdd a chysondeb marchnadoedd ffermwyr, gan gynnwys hyrwyddo ardystiad FARMA;
- codi ymwybyddiaeth a'r galw gan ddefnyddwyr;
- gwella'r amrywiaeth o gynhyrchwyr sy'n mynychu marchnadoedd a chynorthwyo cynhyrchwyr i ddatblygu;
- hybu cydweithrediad rhwng marchnadoedd oddi mewn i'r rhanbarth ac ar draws rhanbarthau;
- datblygu dyfodol cynaliadwy i farchnadoedd ffermwyr;
- addysgu'r cyhoedd am fanteision bwyta'n iach;
- rhoi 'llais' i farchnadoedd ffermwyr yn ngogledd-ddwyrain Lloegr.

Mae aelodaeth yn agored i unrhyw sefydliad sy'n gweithredu marchnad ffermwyr yn y rhanbarth sy'n bodloni egwyddorion sylfaenol marchnadoedd ffermwyr fel sydd wedi'u gosod gan FARMA.

Cydweithfa Marchnadoedd Ffermwyr Dyffryn Tafwys

Mae Cydweithfa Marchnadoedd Ffermwyr Dyffryn Tafwys yn bodoli i reoli a hyrwyddo Marchnadoedd Ffermwyr, gan alluogi ffermwyr a chynhyrchwyr bach i werthu eu cynnyrch yn uniongyrchol i chi!

Dechreuom weithredu yn ardal Dyffryn Tafwys ym 1999. Ers hynny, mae ein marchnadoedd yn ffynnu ac rydym bellach yn gweithredu mewn 16 o drefi. Mae prynu mewn marchnadoedd ffermwyr yn helpu i gefnogi ffermwyr a chynhyrchwyr lleol. Does dim rhyngfasnachwyr, a dim elw i archfarchnadoedd a'u cyfranddalwyr.

Sefydliad nid-er-elw ydym, a daethom yn gydweithfa yn 2003. Mae'r arian a godwn drwy ffioedd aelodaeth a ffioedd stondinau yn cael ei fuddsoddi yn ôl yn y gydweithfa. Mae pob cynhyrchwr yn ein marchnadoedd yn aelodau sydd â phleidlais a gallant rannu yn y ffordd y caiff y gydweithfa ei rhedeg.

Cymdeithas Marchnadoedd Ffermwyr Awstralia

<http://farmersmarkets.org.au/>

Sefydliad gwirfoddol yw Cymdeithas Marchnadoedd Ffermwyr Awstralia (AFMA), a sefydlwyd yn 2003 i greu endid rhwydweithio i gefnogi datblygiad a thwf arferion gorau marchnadoedd ffermwyr cynaliadwy ledled Awstralia. Mae AFMA yn cynorthwyo gweithredwyr marchnadoedd i gyfnewid gwybodaeth, cydlynu polisi a hybu marchnadoedd ffermwyr yn Awstralia sydd â thyfwr yn ganolog iddynt. Mae AFMA hefyd yn darparu gwybodaeth ddefnyddiol i ffermwyr sy'n edrych am gyfleoedd i werthu eu cynnyrch ffres yn uniongyrchol i ddefnyddwyr drwy farchnadoedd ffermwyr Awstralia – ac yn helpu siopwyr i ddod o hyd i'w marchnad ffermwyr agosaf.

Gwobrau Marchnadoedd Prydain 2016

Enillydd Marchnad Fwyd Fawr Orau – Borough Market

Dyma farchnad eiconig a gaiff ei rhedeg gan ymddiriedolaeth elusennol. Mae ganddi 117 o stondinau a chyfradd o 100% yn cael eu defnyddio. Mewn cwta 12 mis, y mae wedi denu 20,000 yn ychwanegol o ddilynwyr ar Twitter, gan olygu bod ganddi gyfanswm o 50,000 o ddilynwyr ar Twitter a 65,000 ar Facebook. Mae'n dathlu ymgyrch 1,000 o flynyddoedd o farchnadoedd ar ochr ddeheuol Afon Tafwys ac mae ganddi gysylltiadau hyfryd â'r gymuned, partneriaid a ffrindiau. Y mae'n enwog yn genedlaethol, yn rhyngwladol ac yn fyd-eang, ond yn fwy na dim nid yw'n hunanfodlon, ac mae'n gweithio'n barhaus i yrru safonau, newid a herio yn ogystal ag ailfuddsoddi.

<http://boroughmarket.org.uk/>

Marchnad Fwyd Fach Orau – Electric Nights Streetfood

Dyma farchnad gyffrous sy'n cyfoethogi'r economi gyda'r nos yn lleol, a helaeth yw ei chefnogaeth leol, diddordeb y masnachwyr a'i themâu. Mae'n newid ei golwg bob mis drwy gynnig themâu gwahanol, fel roc a rôl y 50au, ac Oktoberfest. Mae'n cynnwys grwpiau cymunedol lleol yn helaeth, gan gynnwys perfformiadau byw, ac yn cynnig hwyl a chroeso i'r teulu ar noson allan yn y dref mewn awyrgylch diogel. Caiff y farchnad ei hysbysebu a'i marchnata yn helaeth drwy'r cyfryngau cymdeithasol, a thrwy weithio mewn partneriaeth sicrhawyd parcio am ddim yng nghanol y dref. Mae'r farchnad hon yn cynnig digwyddiad cymunedol hwyliog, yn hybu'r ardal leol ac yn cefnogi gwerthwyr bwyd a diod a cherddorion lleol o'r de-orllewin.

<https://electricstreetfood.wordpress.com/>

Marchnadoedd yng Nghymru

Marchnad Ffermwyr Aberystwyth

Lansiwyd y farchnad ym mis Mai 2000 ac mae'n parhau i fod yn llwyddiannus, gyda hyd at 30 o stondinau ar Sadwrn cyntaf a thrydydd Sadwrn pob mis. Yn 2011, dewiswyd y farchnad ymhlith 10 o'r Farchnadoedd Ffermwyr Gorau ym Mhrydain. Gan ysgrifennu ym mhapur newydd The Times, meddai Henrietta Green, sy'n adnabyddus am fod yn arbenigydd ym maes bwyd rhanbarthol a lleol o ansawdd ym Mhrydain: "Marchnad ddi-ffws yw Aberystwyth, ond cewch y synnwyr ei bod yn arbennig o bwysig i'r gymuned; mae'n llawn o gynhyrchwyr da a didwyll."

http://www.aberystwythfarmersmarket.co.uk/index_cymraeg.html

Marchnad Gynnyrch y Mwmbwls

Gyda harddwch Bae Abertawe a goleudy'r Mwmbwls yn gefndir iddi, caiff Marchnad Gynnyrch y Mwmbwls ei chynnal ar yr ail Sadwrn ym mhob mis.

<http://www.mumbles.co.uk/events/mumbles-farmers-market>

Marchnad Eryri

Marchnad symudol o gynnyrch lleol yw Grŵp Marchnad Eryri. Dechreuodd y grŵp mewn ymateb i archfarchnadoedd a siopau mawr y tu allan i'r trefi. Bwriad y cynllun yw cyfrannu at adfywio trefi a phentrefi'r ardal, ac mae'r grŵp yn cynnwys 12 o gynhyrchwyr lleol sy'n gwerthu llysiau, cig, cacennau, bara a gwirodydd.

Sefydlwyd y grŵp drwy Farchnad Cynnyrch Lleol Porthmadog, sy'n cael ei chynnal ar Sadwrn olaf pob mis, a phenderfynodd rhai o'r cynhyrchwyr gydweithio er mwyn mynd â'r farchnad ffermwyr ar daith.

Lansiwyd y farchnad yn swyddogol ar y Maes yng Nghaernarfon ar 5ed Mehefin 2012, wedi i'r grŵp dderbyn cymorth drwy brosiect Cynnyrch Lleol. Mae'r grŵp bellach wedi ymweld â nifer o wahanol leoliadau, gan gynnwys Blaenau Ffestiniog, Llanberis, Hafan y Môr, Caernarfon a Bangor.

Derbyniwyd cymorth ariannol ac ymarferol drwy'r cynllun i brynu gasibos ac arwyddion arbennig i'r cynhyrchwyr. Golygai'r gasibos y gallai'r cynhyrchwyr greu marchnad symudol ar draws gogledd Cymru a fyddai hefyd yn ffordd effeithiol i hyrwyddo eu cynnyrch. Fel y dwedodd un o'r cynhyrchwyr:

“Heb arian y grant, ni fyddem wedi medru gwireddu'r cynllun. Mae'r arian wedi'n cynorthwyo i wthio ymlaen efo'n syniadau a'r hyn oeddem yn ceisio ei gyflawni. Mae'n syniad arbenigol iawn felly mae cael cefnogaeth ein hawdurdod lleol ein hunain yn fuddiol ynddo'i hun. Roedden nhw'n deall yr hyn oeddem yn trio ei gyflawni a sut i wneud hynny.”

Awgrymodd un o'r cynhyrchwyr fod y cymorth wedi galluogi iddi droi rhywbeth a oedd yn hobi i fod yn waith ac yn incwm posibl. Awgrymwyd hefyd bod y cynllun wedi galluogi cynhyrchwyr i gynyddu eu sylfaen o gwsmeriaid sydd, yn ei dro, wedi cynyddu trosiant ac elw. I rai o'r cynhyrchwyr, mae eu holl incwm yn ddibynnol ar y marchnadoedd a dyma'r rhai sydd wedi elwa fwyaf o'r cynllun:

“Mae'r cymorth gan Annog wedi ein galluogi ni fel teulu i arallgyfeirio ar y fferm i ryw raddau ac wedi'n galluogi i gael platfform o ryw fath i arddangos a gwerthu ein cynnyrch. Erbyn hyn, mae'r rhan fwyaf o'n hincwm yn dod drwy'r farchnad.”

www.facebook.com/MarchnadEryriSnowdoniaMarket

Menter Bwyd Lleol: Making Local Food Work

Nod Making Local Food Work oedd creu cyswllt o'r newydd rhwng pobl a'r tir drwy gyfrwng bwyd lleol, drwy gynyddu mynediad at fwyd ffres, iach a lleol y mae modd olrhain yn glir o ble y mae'n tarddu. Drwy'r rhaglen waith bum mlynedd, archwiliwyd dulliau menter gymunedol i greu cyswllt rhwng tir a phobl drwy gyfrwng bwyd, a chreu'r offer ymarferol a'r cymorth i helpu mentrau o'r fath i ffynnu.

Roedd rhaglen Making Local Food Work yn dod â chonsortiwm o sefydliadau cenedlaethol ynghyd i wella cynaliadwyedd mentrau bwyd cymunedol fel marchnadoedd ffermwyr sy'n cael eu rhedeg ar fodel cydweithfa; siopau pentref sy'n berchen i'r gymuned; marchnadoedd gwledig; canolfannau bwyd cynaliadwy; cydweithfeydd bwyd a grwpiau prynu; ac amaethyddiaeth wedi'i chefnogi gan y gymuned. Mae pob un yn dod â chynhyrchwyr a defnyddwyr yn agosach at ei gilydd. Cydlynwyd Making Local Food Work gan Sefydliad Plunkett a'i ariannu gan raglen Changing Spaces y Gronfa Loteri Fawr.

Roedd Sustain yn bartner consortiwm cenedlaethol yn Making Local Food Work, ac yn cydlynu dwy elfen o waith: (1) Cydweithfeydd Bwyd a Grwpiau Prynu; a (2) Cyflenwi a Dosbarthu Bwyd.

BWYD A DIOD CYMRU
FOOD AND DRINK WALES



www.gov.wales/foodanddrinkwales

bwyd-food@wales.gsi.gov.uk



@FoodDrinkWales